

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Amar Telidji Laghouat
Faculté des Sciences Humaines & Sciences
Islamiques & de la civilisation



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار تليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

مستخرج من محضر المجلس العلمي

رقم 2023/03

بناء على محضر المجلس العلمي رقم 02 بتاريخ 2023/05/03 والذي تم فيه تعيين خبراء

للمطبوعة المعنونة بـ:

القسم	عنوان المطبوعة	المقدم من طرف	الخبراء	الجامعة
الاعلام و الاتصال	محاضرات في مهارات الإتصال في العلاقات العامة	د. النوعي عبد القادر	د. علال عبد القادر	جامعة الأغواط
			د. سعد بلمداني	جامعة الأغواط
			د. يوسف ابراهيمي	جامعة الجزائر 3

وبعد الاطلاع على تقارير الخبرة الإيجابية المقدمة من طرف الخبراء المعينين في الجدول أعلاه ،

صادق أعضاء المجلس العلمي على المطبوعة المقدم، في جلسته المنعقدة بتاريخ 2023/06/26.

رئيس المجلس العلمي

جامعة عمار تليجي بالأغواط
المجلس العلمي
د. بن السايح محمد

جامعة عمار ثليجي - الأغواط -
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



محاضرات

السنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة
عنوان المقياس:

مهارات الاتصال في العلاقات العامة

إعداد وترتيب الدكتور:
النوعي عبد القادر

السنة الجامعية
2023 / 2022

مهارات الاتصال في العلاقات العامة

الاتصال آلية، والمهارة معيار، والعلاقات العامة فضاء

لجنة الخبراء:

الجامعة	اسم ولقب الخبير
جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. عبد القادر علال
جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. سعد بلمداني
جامعة الجزائر 03	د. يوسف براهيمي

برنامج محاضرات مهارات الاتصال في العلاقات العامة

المحور الأول: مدخل معرفي مفاهيمي لمهارة الاتصال في للعلاقات العامة.

1. ماهية العلاقات العامة:

- التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم العلاقات العامة).
- العلاقات العامة النشأة والتطور.
- موضوع العلاقات العامة.
- خصائص العلاقات العامة.
- أهداف العلاقات العامة.
- مراجع المحاضرة.

2. ماهية مهارة الاتصال:

- التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم المهارة).
- التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم المهارة الاتصالية).
- موضوع المهارة.
- ارتباط المهارة بالاتصال.
- موضوع المهارة الاتصالية.
- تصنيفات المهارة الاتصالية:
 - ✓ ذات الطابع الانترولوجي.
 - ✓ ذات الطابع السوبرناتيفي.
- مراجع المحاضرة.

3. أشكال مهارة الاتصال:

- مهارات الاتصال قراءة اولية.
- بين المهارة والموهبة والقدرة.
- مهارات الاتصال من حيث الأصل (التصنيف الخام او الاول).
- نموذج تحليل مهارة الاتصال حسب الصنف:
 - ✓ من حيث الأصل.
 - ✓ من حيث الطبيعة.
 - ✓ من حيث المجال أو الفضاء
 - ✓ من حيث الأغراضية.

- ✓ من حيث الاتجاه أو المسار.
- ✓ من حيث التركيب أو البناء.
- كيف تطوّر المهارة؟
- مراجع المحاضرة.

4. نماذج عن مهارات الاتصال في العلاقات العامة:

- وسائل اتصال العلاقات العامة.
- المهارات ذات الطابع المبدئي التكويني (الإلزامي).
 - ✓ مهارات الولوج.
 - ✓ مهارات المعالجة.
 - ✓ مهارات العرض.
 - ✓ مهارات التقييم.
- المهارات ذات الطابع التكميلي أو المعزز (المرافق).
 - ✓ مهارات الولوج.
 - ✓ مهارات المعالجة.
 - ✓ مهارات العرض.
 - ✓ مهارات التقييم.
- مراجع المحاضرة.

المحور الثاني: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة.

5. قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (01):

- معنى القياس.
- القياس القبلي الدال على المهارة.
- القياس الأثنائي الدال على المهارة.
- القياس البعدي الدال على المهارة.
- كيف أقيس مهارة الاتصال.
- قياس المهارات الرقمية (كأنموذج عن المهارات الاتصالية).
- مراجع المحاضرة.

6. قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (02):

- معايرة الدكتور محمد الجوادي في القياس.
- معيار الفاعلية.
- معيار الفعالية.

- معيار الكفاءة.
- معيار الموثوقية.
- مراجع المحاضرة.

7. قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (03):

- من خلال السير الذاتية.
- من خلال المعاينة.
- من خلال البيئة الثقافية.
- مراجع المحاضرة.

المحور الثالث: تطبيق مهارة الاتصال في العلاقات العامة.

8. كيف أنجح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة:

- كيف أنجح في مهارة الاتصال على مستوى الاستراتيجية.
- كيف أنجح في مهارة الاتصال على المستوى الشخصي.
- مؤشرات عامة للنجاح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة.
- مؤشرات اتصالية للنجاح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة.
- مراجع المحاضرة.

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الاول: مدخل معرفي مفاهيمي لمهارة الاتصال في للعلاقات العامة

المحاضرة الأولى: ماهية العلاقات العامة

الهدف من المحاضرة: رصد لماهية العلاقات العامة

المحاضرة الأولى: ماهية العلاقات العامة:

- التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم العلاقات العامة).
- العلاقات العامة النشأة والتطور.
- موضوع العلاقات العامة.
- خصائص العلاقات العامة.
- أهداف العلاقات العامة.
- مراجع المحاضرة.

التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم العلاقات العامة):

أولاً: التعريف اصطلاحاً من منظور البعد العلمي الوظيفي:
قد تعتبر العلاقات العامة علماً له أسس ومبادئ ويعتمد على الأبحاث والدراسات وبالشكل الدوري المتواصل مما قد يوحي بأنها تحتمل في طياتها صبغة العلم القائم بذاته، ولكنها في الواقع الاجتماعي وظيفية من أهم وظائف إدارة المؤسسة، وبهذا لن نخرج عما سبق من تعريفات وها هو تعريف موسوعة Nouveau Larousse 2 يرى بأنها: "نشاط مهني، يهدف إلى إعلام الرأي العام بكل ما تقوم به جماعة من منجزات والترويج لها"¹.

ثانياً: التعريف اصطلاحاً من منظور الوظيفي التنظيمي:

في واقع الأمر معظم التعريفات تظهر العلاقات العامة في قالب الوظيفة بحكم ارتباطها بالمنظمة ارتباطاً وظيفياً له دور ويحتاج لإمكانات ولذا اعتبرها كل من غرونينغ وهانت "وظيفة تسيير الاتصال بين المؤسسة وجمهورها"².
وفي ذات السياق عرفت الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها "وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب والمحافظة على تفهم وتعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وذلك عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياستها وإجراءاتها قدر الإمكان ولتحقيق تعاون مثمر أكبر ومقابلة المصالح العامة بدرجة أكفأ عن طريق المعلومات المخططة ونشرها"³.

ثالثاً: التعريف اصطلاحاً من منظور الوظيفي الاجتماعي:

إذا كان طرح الجمعية الدولية للعلاقات العامة يرى العلاقات العامة وظيفة فإنه وحسب قاموس ويسترفالتعريف يختلف وله زاوية توصيفية أخرى حيث يرى أن العلاقات العامة هي مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو اتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، وكذلك الجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه"⁴.

رابعاً: العلاقات العامة كظاهرة اتصالية:

في واقع الأمر تعتبر العلاقات العامة نشاطاً اتصالياً بامتياز، تسعى من خلاله المنظمة إلى بناء وترسيخ علاقات قوية بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، وهي بذلك أداة فاعلة في نشر نشاطاتها ومنتجاتها وخدماتها، من خلال تقديم المعلومات الصحيحة بكل شفافية ومصداقية بكل الطرق والآليات المتاحة إدارياً واتصالياً وإعلامياً، فقد عرفها قاموس المصطلحات الإعلامية على أنها: "الجهود المقصودة

المستمرة والمخططة التي تقوم بها إدارة المؤسسة، والتي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم متبادل، وعلاقات سليمة بين المؤسسة وبين الجماهير التي تتعامل معها في داخلها وخارجها، عن طريق النشر والإعلام والاتصال الشخصي، بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة وبين الرأي العام"⁵.

فهي اذا نشاط اتصالي يرتبط بالمنظمة، يراه البعض وظيفة فيما يراه آخرون فنا وعلماء.. وتنقسم دراسة العلاقات العامة إتصاليا الى:

- الشق التنظيمي: والمتعلق بالنظام في المنظمة، الخطط والاستراتيجيات المعتمدة، شبكة ونمط الاتصال الداخلي والخارجي، ونمط القيادة...الخ.
- الشق الجماهيري: والمتعلق بالجمهور الداخلي والخارجي والبيئة المحيطة به وما يرتبط بالجمهور من دراسات وبحوث في الرأي العام والاتجاه، وكذا القيادة من منظور جماهيري...الخ.

تعتمد العلاقات العامة كظاهرة اتصالية عمليا على:

البحث + التخطيط + الاتصال + التقييم

نشاط	اتصالي	تفاعلي (علائقي)	ذات بناء استراتيجي	موجه لجمهور داخلي وخارجي
يجمع مفهوم العلاقات العامة بين الفن، وعلم الإدارة. وهو أقرب للوظيفة منه لأي نشاط آخر. ترتبط أساسا بالرأي العام ودراسة اتجاهات الجمهور				
الهدف:		مستويات الاتجاه:		
صناعة صورة ذهنية.		الميل.		
تحسين صورة ذهنية.		الزعة.		
استمرارية صورة ذهنية.		الاعتقاد.		

مكونات الاستراتيجية			
الخطط	الرزنامة	المقدرات اللوجستية	الفاعلين

العلاقات العامة النشأة والتطور:

اولا: العلاقات العامة في العصور القديمة:

يرى مجد بهجت أن أول هذه العلاقات التي كونها الإنسان كانت مع أسرته التي ولد فيها، ثم بعد ذلك اتسعت هذه الوحدة حتى صارت عشيرته تتكون من عدة أسر، ثم تكونت القبيلة مع جمع العشائر وكلما اتسع نطاق الوحدة الاجتماعية التي يرتبط بها

الإنسان، كلما اتسعت دائرة علاقاته وتشعبت هذه العلاقات وأصبحت تتجه إلى البساطة والتعقيد⁶.

ويضيف أحمد بدر كان رؤساء القبائل يحرصون في مختلف المناسبات على نشر الأخبار والتوجيهات والمبادئ ثم اتخذت العلاقات العامة شكلا تخصصيا بعد ذلك، عندما استعان رؤساء القبائل بالسحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية من إنشاد وق رع للطبول وغبر ذلك⁷.

وتذكر عديد المصادر أنه كان هناك حرص من ملوك مصر الفرعونية على الاتصال بالأهالي حيث كان الكهنة ينقلون الأحكام إلهية للناس، كما ينقلون للملك المظالم التي يمكن أن يتعرض لها الشعب، فاتهموا بتسجيل مختلف الأحداث الهامة في مجتمعهم من انتصارات حربية، ومشروعات كبرى كإقامة الجسور وبناء الأهرامات، كان هذا كله بهدف الإعلام بها وكسب تأييد الجماهير وإقناعهم بأن الحاكم يعمل من أجل رفاحتهم، وهذا من خلال النقوش والرسوم الحجرية على واجهات المعابد والكتابات على أوراق البردي⁸.

ثانيا: العلاقات العامة عند البابليين والآشوريين:

حسب عبد الحي محمود اهتم ملوك وحاكم بابل وآشور بالتأثير على عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم في أوقات الأحداث والانقلابات السياسية، وكان لملوك بابل صحف تسجل فيها الأحداث اليومية كما توجه عن طريقها التعليمات، فقد كان الملك حمورابي يدعو عماله وموظفيه في الأقاليم للحضور إلى بابل في الأعياد والمناسبات وفي هذا الوقت يستطيع أن يذيع أوامره وتعليماته، ومما لاشك أن هذا الاختبار فيه دليل على إحكام خطة التوقيت، أي اختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية وذلك على أسس العلاقات العامة⁹.

أما الآشوريين فقد أدركوا أهمية الإعلام وذلك من خلال تسجيل انتصاراتهم وصور أسرارهم على النشرات الحجرية أو الطينية وكان يعرضونها في القصور والشوارع العامة، وهي توازي اليوم الملصقات واللاصقات واللافتات والتمائيل وأوضح الآثار أن الآشوريين هم أول من عرفوا النشرات المصورة¹⁰.

ثالثا: العلاقات العامة عند اليونانيين والرومانيين:

بناء على طرح عبد الرزاق محمد الديلمي اعتمد اليونانيون في توصيل الأخبار والأفكار على فن الخطابة لطرح أفكار الفلاسفة، كما استخدموا الاجتماعات والمؤتمرات التي شهدت مناظرات بين أصحاب الفلسفات المختلفة وكان الغرض من ذلك أن يحظى أصحاب كل اتجاه فلسفي بتأييد الرأي العام، وقد آمن الحكام بأهمية النشر وطرق التأثير في الجماهير فقد كان الإسكندر الأكبر يستعين بعدد من الخطباء والشعراء

والكتاب من أجل العمل على إنشاء علاقات تسودها المودة وثيقة بينه وبين شعبه¹¹.

ونجد الحضارة الرومانية قد اهتمت بما يعرف اليوم بتعبير الرأي العام، ورفعت شعار صوت الشعب من صوت الله أو أن إرادة الشعب هي من إرادة الله وقد نشط في هذا المجال كل من الشعراء و الأدباء الذين كانوا يتولون توجيه الجماهير إلى أعمالهم أو استخدام يوليوس قيصر صحيفة لنشر نشاط مجلس الشيوخ والترويج للمبادئ والقيم التي كانت سائدة في تلك الحضارة¹².

رابعاً: العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية:

يقول حسين عبد الحميد رشوان استطاعت الحضارة الإسلامية أن تطور مفهوم العلاقات العامة بفضل اعتمادها على البرهان والإقناع والحجة في نشر الدعوة الإسلامية، وكذلك حرصها على الشورى في الحكم والإنسانية في معاملة الناس، وعرف المسلمون وسائل الإعلام وطرق التأثير في النفوس، وكانت تلاوة القرآن الكريم أسمى الطرق لرفع الروح المعنوية بين الناس في أيام السلم والحرب على السواء، وقد لعب الشعراء دوراً هاماً في التوجيه والإرشاد والتأثير في النفوس¹³. ويرى محمد صاحب سلطان حضور العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية من خلال القصائد الشعرية القديمة، وقد لعبت أيضاً الخطب الدينية دوراً خطيراً في العلاقات العامة في العصور الإسلامية وعادة ما يصاحب التوجيه الديني توجيه اجتماعي وسياسي، وكان الفاطميون حريصون على إقامة الحفلات للدعوة لحكمهم وابتكروا المناسبات العديدة وأبدعوا في استخدام وسائل جديدة للاحتفال بها¹⁴.

خامساً: العلاقات العامة في العصور الوسطى:

تعتبر العصور الوسطى من أسوأ العصور التي مرت بها البشرية حتى أنه أطلق عليها العصور المظلمة، فجاءت حركة الإصلاح التي أثبتت أهميتها، فكانت ظهرت عديد الأفكار لتحدي النظام السياسي والاجتماعي الذي استمر فترة طويلة وتركزت فيه السلطة في يد الكنيسة وقد عملت دعوة الإصلاح على تخريج متخصصين في الدعوة الدينية والنشر عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك ومن هنا جاء الاهتمام بالعلاقات العامة واتسع نطاقها وتم استخدامها في المجالات الدينية إلى جانب المجال الاقتصادي والسياسي لكسب ثقة وتأييد الجماهير¹⁵.

سادساً: العلاقات العامة في العصر الحديث:

يمكن القول حسب ما ذكر محمد ناجي الجوهري أن جذور العلاقات العامة بشكلها ومعناها الحديث تعود إلى عام 1802 حيث يذكر أن الرئيس الأمريكي الثالث توماس جيفرسون أول من استخدم مصطلح العلاقات العامة في رسالته السابعة الموجهة

إلى الكونغرس الأمريكي، كما استخدم اصطلاح العلاقات العامة عام 1906 على يد الصحفي الأمريكي **إيفي لي** الذي يعد أول رائد للعلاقات العامة¹⁶. كما أنه أول من استخدم الإعلان كوسيلة من وسائل العلاقات لتحقيق أهدافها، فهو أول من وضع أسس العلاقات العامة لأغلب مديري الشركات حيث فسرها بأنها عملية مزدوجة الاتجاه تبدأ بمعرفة اتجاهات وآراء الجمهور، ونشر الحقائق والمعلومات عن الشركة بصدق وأمانة، والتي على ضوءها تقوم الشركات بإعادة النظر في خططها وسياستها بما يتفق مع اتجاهات الرأي العام والمصلحة العامة¹⁷. وأضاف محمد ناجي الجوهري بالقول يعتبر الصحفي الأمريكي **أموس تندال** الذي عمل مستشار لشؤون الرأي العام للرئيس الأمريكي **جاكسون** من أبرز الرواد الأوائل الذين أرسوا قواعد العلاقات العامة وأثبتوا أعظم رسائلها¹⁸.

وقد ظهر هذا المصطلح سنة 1913 في الأحاديث التي ألقاها مديرو شركات السكك الحديدية في بليتمون وأوهايو حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة التي تتصل بها، وقد أصبح الاصطلاح شائعاً مألوفاً في العشرينات، عندما ابتدع بيرتر عبارة مستشار العلاقات العامة رغم ما قوبل به من سخرية على أنه مصطلح مرادف لعبارة السكرتير الصحفي وإن كان ينطوي على تفخيم سخيف¹⁹.

ثم بعد ذلك أتاحت للعلاقات العامة فرصة أخرى للنمو والتطور والتقدم وخاصة في الحرب العالمية الأولى حيث استطلاع كثير من قادة العلاقات العامة الحصول على تدريب في لجنة الإعلام القومي بالولايات المتحدة الأمريكية²⁰.

وهكذا توفر لهذه المهنة الجديدة عدد من المتخصصين الذين اكتسبوا دراية كافية لتقديم المشورة للآخرين حول الأساليب الفنية لاكتساب ثقة وتأييد الجماهير، وقد كانت هذه الأساليب تقوم على تطبيق المنهج العلمي في البحث لجمع الحقائق ثم تحليلها تمهيدا للعمل الذي يعتمد بصورة أساسية على المعلومات الدقيقة للموقف ثم تطبيق المبادئ العلمية لاكتساب تأييد الجماهير للأفكار والبرامج²¹.

وفي الأخير يمكننا أن نقول أن عديد المصادر تذكر أن أول كتاب ظهر في موضوع العلاقات العامة هو كتاب **بلورة الرأي العام** لصاحبه **إدوارد بيريز** سنة 1923، كما أن عديد المصادر كذلك تذكر أن أول مؤسسة علاقات عامة في العالم أنشأها **بابيور**²².

اما الباحث صخري محمد فله تصنيف تاريخي اخر لنظور العلاقات العامة فيقول:

اولا: العلاقات العامة في الحضارة الآشورية:

أبدعوا (النشرات المصورة) حيث كانوا يرسمون بالألوان صوراً لانتصاراتهم وملوكهم مع الأسرة، وكانوا يقومون بعرضها في القصور والساحات والشوارع الرئيسية، تماماً كالمصقات واللافتات والدعاية الانتخابية الحالية.

ثانيا: العلاقات العامة في الحضارة الفرعونية:

يعتبر القدماء المصريين من أكثر الشعوب التي اهتمت بالسيطرة على أفكار العامة وتحريك مشاعرهم، واستخدموا في ذلك العديد من أدوات العلاقات العامة التي طبعت في الأذهان صورة الحاكم الإله أو نصف الإله، مثل الخطابات وتشديد المعابد والجداريات التي حفظت كل انجازات الفراعنة والأسرات، وكانت بمثابة النشرة الإخبارية وكتب التاريخ في وقتها.

ثالثا: العلاقات العامة في الحضارة اليونانية:

فقد كانوا رواد البلاغة والخطابة والإقناع، مثل سقراط وأفلاطون وأرسطو، وتصديهم للسوفسطائيين، كذلك تعتبر الأساطير اليونانية من أقدم الأدوات التي تحكمت في أفكار العامة، من خلال تلقينهم الأفكار الدينية والسياسية بشكل حكايات مبسطة عاشت في ذاكرتهم وتحكمت بشكل غير مباشر في تصرفاتهم ووقناعاتهم.

رابعا: العلاقات العامة في الحضارة الرومانية:

في عام 49 قبل الميلاد كان يوليوس قيصر يرسل تقارير عن إنجازاته الأسطورية في نشرة يومية بعنوان ACTA DIURNA، ويعتبر يوليوس قيصر من أمهر القادة في الحصول على الدعم الشعبي، حتى وإن كان هذا الدعم قد يؤدي لبدء حرب، ومهارة قيصر راجعة لاهتمامه بتوزيع المنشورات وعرض المسرحيات، بمعنى أنه كان يعتمد في الأساس على كل أجهزة الإعلان في دولته لكسب تأييد وتعاطف شعبه، أي أنه نفس التكنيك الذي استعان به الإعلام في أمريكا في الحرب العالمية الأولى والثانية لاستنهاض الشعور الوطني.

خامسا: في الحضارة الاسلامية:

اهتمت الدول الاسلامية منذ القديم بالترويج لنفسها ولمواقفها السياسية، وكانت أشهر الوسائل لذلك الشعر والشعراء، الذين كانوا يشكلون وسائل لبناء شبكة علاقات عامة مع الجمهور، فكان كل حاكم أو طامع في الحكم يحرص أن يجمع حوله ثلة من فحول الشعراء، يروجون لمواقفه ويدافعون عنه بشعر رقيق، فيذيع ذاك الشعر بين الناس لعدوبته، وتروج معه مواقف تلك الشخصية، ولهذا غلب شعر المدح على باقي أغراض الشعر، بل إن مشاهير الشعراء كان أغلبهم مداحين

للحكام، كالمتنبي الذين مدح شخصيات كثيرة أشهرها سيف الدولة الحمداني، وإبي تمام الذي كان يمدح المعتصم العباسي، والبحتري الذي كان يمدح المتوكل²³.

ويمكن حصر الدوافع التي أدت إلى زيادة الاهتمام بالعلاقات العامة في العالم ودراستها كما يرى خالد بن عبد الرحمن الرويشد في هذا المجال، في خمسة دوافع هي:

أولاً: ظهور الأنظمة الديمقراطية وبغض النظر عن صحة هذه الأنظمة من عدمها نرى الرأي العام يلعب دوراً حاسماً في قيام الحكومات وإسقاطها.

ثانياً: الثورة الصناعية والتي بدأت في أوائل القرن التاسع عشر الميلادي، حيث تطورت أدوات الإنتاج ووسائله تطوراً هائلاً، وظهرت الصناعات الضخمة والتي تحتاج إلى أعداد كبيرة من العمال، بالإضافة إلى تباعد أماكن عملهم وانقسام الأعمال إلى مجالات متعددة، مما أفقد العاملين فيها الصورة الكلية للعمل، وظهرت الحاجة لتنظيم العلاقة بين المستهلك والمنتج.

ثالثاً: نشأة الوزارات والهيئات وغيرها من الجهات الحكومية الضخمة، متعددة المجالات والخدمات، ونمو الحاجة لتنظيم العلاقة بينها وبين جمهورها الخارجي والداخلي.

رابعاً: تطور وسائل الإعلام، حيث ظهرت وسائل الإعلام الجماهيرية بالإضافة إلى الإنترنت وكذلك ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، والتي جعلت العالم صغيراً من حيث وصول المعلومات وتأثيرها.

خامساً: الانفجار السكاني، والذي زاد من أعباء الحكومات في مواجهة المشكلات والعمل على ضمان التعاون معها في حلها²⁴.

وعليه يمكن القول ان هناك عديد العوامل أدت للاهتمام بالعلاقات العامة والاستعانة بها كوسيلة من الوسائل الإدارية داخل المنظمات، ومن أهم هذه العوامل:

أولاً: من منظور سياسي:

■ ظهور الأنظمة الديمقراطية:

تزايد الاهتمام بأهمية الرأي العام وأهمية النظم الكبرى وظهر دورها في قيام الحكومات وإسقاطها مما جعل الحكومات تهتم بالتأثير في الرأي العام عن طريق وسائل الإعلام²⁵.

وفي واقع الامر يبقى العنصر الذي طرح سابقاً عنصراً عليه من طروحات النقد ما عليه خصوصاً اذا تعلق الامر ببعض دول العالم الثالث بل وحتى بعض الدول الاقتصادية خصوصاً في المعسكر الشرقي.

ثانيا: من منظور اقتصادي:

▪ الثورة الصناعية:

في أوائل القرن التاسع عشر ساعدت الثورة الصناعية على تطبيق مبادئ الإدارة العلمية، وهذا ما أدى إلى تطور هائل في أدوات الإنتاج وأساليبه وأجبرت دراسات مختلفة للوقت والحركة ساعدت على التغلب على مشكلة ندرة الإنتاج وظهور الصناعات الضخمة التي تطلبت عدد كبير من العمال، مما أدى إلى خلق مشاكل بين الإدارة وتمثلت في الاضطرابات والاحتجاجات والمطالبة بتوفير ظروف عمل أفضل وبالتالي ظهرت ضرورة إلى أهمية وجود حلقة اتصال بين الإدارة والعمال كما أن التطورات التي حققتها الثورة الصناعية في مجالات مختلفة أدت إلى كسب رضا الجمهور وتحقيق أهداف المؤسسة، وكان ذلك مكسبا للعلاقات العامة حيث ازد الاهتمام بها²⁶.

▪ ظهور النقابات العمالية:

رفق التطور الصناعي ظهور مجتمعات ونقابات عمالية أخذت تلعب دورا مهما في عملية الإنتاج وتوجيه جمهور العمال، وأصبح لهذه النقابات قوة مؤثرة تشارك في توجيه العمل بالمؤسسة، مما يتطلب الاهتمام بتوطيد العلاقة بين المؤسسة والنقابة بشكل يخدم المصلحة العامة²⁷.

▪ ظهور الشركات المتعددة الجنسيات:

أو الشركة الدولية مما دفع إلى الاهتمام بالأنماط الاجتماعية والثقافية والاقتصادية في أسواق تلك الشركات التي تغطي قارات العالم²⁸.

ثالثا: من منظور تكنو اتصالي:

▪ تطور وسائل الاتصال:

ساهم التقدم الهائل في وسائل الاتصال في تقريب المسافات بين مختلف بقاع العالم، حيث أصبح العالم من الناحية الإعلامية أصغر مما هو عليه نتيجة لسرعة تداول الأخبار وانتقال المعلومات²⁹.

▪ تطور الإعلان والترويج:

التطور الاقتصادي تطلب أسواقا واسعة لتصريف المنتجات في ظل أجواء منافسة شديدة، مما استلزم بتطوير وسائل الإعلان والترويج والاستعانة بتلك الوسائل لكسب ثقة الجمهور المستهلك، والتعرف على آرائهم وانطباعاتهم إزاء السلع والخدمات³⁰.

ومما سبق يمكن القول بان تطور العلاقات العامة كان كمايلي:

البدايات الأولى للعلاقات العامة كانت كممارسة وقد ظهرت من البدايات الأولى للإنسان تمثلتها بعض مظاهر الفنون من تماثيل ورسومات.. اما كدراسة فإنها صارت الأولى عند اليونان والامر مرتبط ببعض ما كتب من ادب وسياسة يربطان ما بين الدولة والشعب ولكن الدراسة الحقيقية والظهور الحقيقي للعلاقات العامة كما نعرفها اليوم في الولايات المتحدة الأمريكية ومجمل ما جاءت به المدرسة الأمريكية في هذا السياق هو اجتهاد المنظمة الدوري وعملها الذكي على تسويق صورتها لجمهورها عبر علاقات منضبطة ومنظمة وجيدة مع وسائل الإعلام وغيرها من الوسائل الأخرى التي من شأنها كسر حاجز سوء الفهم والأفكار المسبقة والصور النمطية المشينة عن المؤسسة، ومع مرور الزمن اكتشف القائمون بالعلاقات العامة والإدارة العليا للمنظمة الدور الرئيسي البالغ الأهمية للعلاقات العامة في المؤسسة خصوصا بعدما مرت به التجارة والأعمال والصناعة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية من تجارب سلبية ومحبطة، ولعل أحد عوامل الفشل والإفلاس هو عدم أخذ المنظمات بعين الاعتبار مصلحة الجمهور، وعدم اهتمامها بالرأي العام، وعطفا على ما سبق يعتقد الكثير من المختصين والباحثين أن العلاقات العامة شهدت نموا معتبرا في الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي وبقي هذا النمو متواصلا إلى يومنا هذا لعدة عوامل من أهمها:

اولا: من جهة الواقع الاقتصادي:

- توسع النشاط الاقتصادي والصناعي والتجاري، مع تطور ملفت وغير مسبوق في منسوب في الإنتاج، والاستهلاك الكبير والذين يتطلبان أسواقا كبيرة ومنافسة ساخنة.

ثانيا: من جهة الواقع السياسي:

- من جهة سياسية بحثة ظهور الحكومات شبه المركزية في أمريكا وأوروبا، وحاجتها لتعبئة الرأي العام لقبول وتأييد سياساتها ومشاريعها، وبروز ما يسمى بدولة الإدارة، ودولة الرفاهية.
- طبيعة العلاقات السياسية والدبلوماسية الدولية، وتميزها بالصراعات والنزاعات والمصالح المتضاربة، والتكتل والأحلاف وغير ذلك، مما يستدعي مجالا متخصصا كالعلاقات العامة لخدمة هذه التطورات على الصعيد المحلي والعالمية.
- ومن جهة سياسواققتصادية اهتمام الحكومات الواضح بوضع قوانين وتشريعات تنظم وتقن الانفجار الصناعي والتجاري الكبيرين، مع الأخذ بعين الاعتبار التكفل بما يسمى بالخدمات الاجتماعية، وكذا رعاية الفقراء والمحتاجين.

- تطور نظم العلاقات الاقتصادية الدولية وظهور الشركات العملاقة او ما يسمى بالشركات متعددة الجنسيات.
- النمو القوي والبارز للعمل النقابي المنظم في اطار ما يسمى بالديمقراطيات المحدثة ونفوذ العمل النقابي في المجال السياسي والاقتصادي.

ثالثا: من جهة الواقع الاجتماعي:

- ارتفاع منسوب المستوى التعليمي، مما أدى إلى زيادة الوعي بالحقوق المدنية والبيئة والاستهلاك وغيرها من القضايا.
- ظهور ما يسمى بمنظمات المجتمع المدني المدافعة عن حقوق الإنسان الاجتماعية بالخصوص.

رابعا: من جهة الواقع الاعلامي:

- التطور الكبير في تقنيات وسبل ووسائل الاتصال والإعلام والنشر والإعلان وما أفرزته من تطور غير مسبوق في وسائل التسويق والترويج والإعلان.
- ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الكبير في الفضاء الإنساني.

موضوع العلاقات العامة:

- عدد الباحث صخري مجد لعناصر المكونة للموضوع العلاقات العامة في ما يلي:
- ✓ تقويم الاتجاهات وقياس اتجاهات الرأي العام.
 - ✓ تحديد ورسم سياسات المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور.
 - ✓ تنفيذ البرامج التي تهدف إلى كسب رضا الجمهور.
 - ✓ الحرص على تقديم الأعمال التي تحظى باحترام وثقة الجمهور.
 - ✓ تحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال باستخدام الإعلام المخطط.
 - ✓ المشاركة في حل مشكلات المجتمع والبيئة المحيطة بالمنظمة.
 - ✓ المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
 - ✓ علاج مشكلات الإدارة والعمل على مواجهة التحديات التي تشكل عقبة في سبيل التنمية الإدارية.³¹

خصائص العلاقات العامة:

- حسب الباحث صخري خصائص العلاقات العامة هي:
- ✓ تركز اتصالها على الجمهور من خلال الدراسات المستمرة، لذلك تضع سياسات تعكس فلسفة خدمة المصلحة العامة.

- ✓ تتسم بالقصدية، فهي نشاط مرسوم ومخطط من أجل إحداث تأثير في وقت معيّن وبأسلوب مختار.
- ✓ تعد همزة وصل بين فلسفة المؤسسة أو المشروع والجمهور لجعل الجمهور يتفهم نشاط المؤسسة.
- ✓ تسعى لتحقيق الرضى العام وتحاول انتزاع موافقة ورضى الجمهور وإيصال السمعة الحسنة عن المؤسسة.
- ✓ تركز على حقيقة علمية مفادها أنّ الإنسان طبيعته اجتماعي ومن المستحيل أن يعيش معزولاً عن المجتمع.
- ✓ تركز على التخطيط الذي يقوم على طرق البحث العلمي والملاحظة العلمية أي أنها ليست عملاً أو نشاطاً عشوائياً.
- ✓ تتصف بالشمولية والوضوح وترتكز على مبادئ أخلاقية لمحاولة بناء الثقة بين الجمهور والمؤسسة.
- ✓ تقوم باستخدام كافة وسائل وطرق الاتصال لتحقيق الأهداف، فهي عملية اتصال دائم بين المؤسسة والجمهور³².

ومما سبق يمكن تحديد خصائص العلاقات العامة ضمن أطر وأبعاد مختلفة تبقى حبيسة ورهينة التركيبة الفكرية لمبتدع التصنيف ولعلنا نقترح التصنيف التالي للعلاقات العامة وفق الأبعاد التالية:

أولاً: العلاقات العامة نشاط اتصالي ذو وزن وثقل تنظيمي:

- العلاقات العامة فلسفة للإدارة، بمعنى أن أي منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف التي ينص عليها مجتمعنا فحسب، وإنما ينبغي أن تلعب دوراً في المجتمع ككل ولهذا ينبغي وضع مصالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة³³.
- العلاقات العامة وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة، وهي وظيفة مستمرة ومخططة لا يمكن اعتبارها وظيفة عرضية كردود أفعال آنية لمواجهة المشكلات والأزمات التي تواجه المنظمة³⁴.
- العلاقات العامة لبست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية، بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المنظمات فهي ضرورة تفرضها طبيعة المجتمع الحديث. العلاقات العامة جوهرها الاتصال بالمفهوم العلمي فهي تستخدم وسائل الاتصال. تركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجمهورها³⁵.
- العلاقات العامة وظيفة (استشارية/تنفيذية) استشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كيفية التعامل مع الجماهير، وتنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها³⁶.

ثانيا: العلاقات العامة نشاط اتصالي يرتبط بالرأي العام:

- العلاقات العامة عملية اتصال دائم ومستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسات والجماهير التي تتعامل معها، سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو الخارجية وكلاهما مؤثر في نفس الوقت ومن ثم فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية، الحيوية، الاستمرارية وقوة الفاعلية بين الطرفين³⁷.
- العلاقات العامة همزة وصل بين المنظمة والجمهور، وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة³⁸.
- الرأي العام هو مجال عمل العلاقات العامة وهدفها الأساسي من خلال التأثير على اتجاهاته وكسب تعاطفه وتأييده، بما يحقق الصالح العام للمنظمة ولجماهيرها المعنية.
- تستهدف العلاقات العامة تحقيق الرضا العام وانتزاع موافقة الجماهير، أي أنها تدير بمهارة الأسلوب التأثيري الصاعد والهابط من أجل إحداث التوافق والتكيف والتعاون³⁹.

ثالثا: العلاقات العامة نشاط اتصالي يرتبط بالأغراضية والتخطيط:

- العلاقات العامة نشاط يتسم بالقصدية، بمعنى أنها نشاط مخطط ومرسوم لإحداث تغيير وتأثير مرغوب في وقت محدد وبأسلوب معين⁴⁰.
- تركز العلاقات العامة على التخطيط القائم على الملاحظة العلمية التي تساعد على تلمس احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها، وتحسين مشكلاتها، ونقل هذه الدراسات بأمانة وصدق على المستويات الإدارية العليا، ولهذا فهي لا تعتمد على الارتجال أو الصدفة⁴¹.
- العلاقات العامة نشاط موقوت، بمعنى أن اختيار الوقت المناسب لتنفيذ برنامج معين برنامج معين من برامج العلاقات العامة أمر ضروري وحيوي لنجاح هذا البرنامج، بل إن التقصير في توفير هذه القاعدة قد يعني فشل هذا البرنامج ككل أو ضعف أثره ونتائجه⁴².

ثالثا: العلاقات العامة نشاط اتصالي يرتبط بالبحث العلمي:

- العلاقات العامة عمليات تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، لأنها تتعامل مع كائنات إنسانية حية ذات طبائع مختلفة وتكوينات نفسية متغيرة، ولذلك تحتاج هذه الوظيفة إلى متخصصين لممارسة أنشطتها المختلفة⁴³.
- ثم انه لا يخفى ان العلاقات العامة نشاط تنظيمي يعتمد على دراسات تكنولوجيا الاتصال والاعلام بل وينبني عليها يتأثر بتطورها ويتصنف بناء على نوع التكنولوجيا الاتصالية فيها، وعليه لا يمكن فصل العلاقات العامة عن بحوث الاتصال العلمية.

ثالثاً: العلاقات العامة نشاط اتصالي شمولي:

- العلاقات العامة تتصف بالشمولية في نشاطاتها، ولا تقتصر على ميدان دون آخر بل تشمل كافة الميادين السياسية، الاقتصادية والاجتماعية وكافة المؤسسات بأشكالها وأنواعها⁴⁴.

أهداف العلاقات العامة:

- يعتمد تحقيق أهداف العلاقات العامة على تحقيق أهداف المؤسسة وهي:
- الترويج لمنتجات المؤسسة وخدماتها والإعلان عنها بهدف زيادة المبيعات.
- إيجاد درجة من الترابط بين المؤسسة والمؤسسات التابعة لها والتنسيق بينهما.
- تطوير أسواق المؤسسة وتوسيعها وذلك بطرح أفكار جديدة يتقبلها الناس، وتفسح المجال لتسويق سلعتها وخدماتها⁴⁵.

ولا يتأتى تحقيق أهداف المؤسسة إلا من خلال مايلي:

أولاً: النظر في الجمهور الداخلي:

- بناء الثقة بين المنظمة والجمهور الداخلي.
- نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم وأهمية هذه الأدوار في المنظمة.
- شرح وتوضيح سياسات وخطط المنظمة وتحديد دور العاملين في إنجاز هذه السياسات والأهداف⁴⁶.
- خلق التفاهم المتبادل بين العاملين عن طريق نشر الوعي الذي ينمي الشعور بالانتماء للمنظمة.
- تأمين إمكانية الرضا والاطمئنان للعمال من الناحية المادية والمعنوية بمراعاة جميع الأمور المتعلقة بذات الفرد وكرامته.
- خلق جو من التضامن من أجل توفير أجواء ملائمة للعمل وتسهيل تحقيق الأهداف عن طريق الجهود المختلفة، مما يتيح للعمال الشعور بالمسؤولية اتجاه بعضهم البعض⁴⁷.

ثانياً: النظر في الجمهور الخارجي:

- إعلام الجمهور الخارجي بالمشروعات والخدمات التي تمكنهم من المشاركة فيها والاستفادة منها.
- تحقيق صورة طيبة للمؤسسة وتدعيم صورتها الذهبية.
- التعرف على حاجات الجمهور الداخلي وميوله ودراساتها وتحليلها وإعلام إدارة المنظمة بالنتائج⁴⁸.
- استقطاب الكفاءات البشرية المناسبة للعمل مع المنظمة.
- شعور المستهلك بالرضا المستمر والمتزايد⁴⁹.

وعموما فغاية العلاقات العامة حسب محمد نجيب الصرايرة هي:

بناء سمعة طيبة للمنظمة داخل محيطها الداخلي والخارجي.

تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة.

المحافظة على جو من الثقة والرضا في المنظمة وجماهيرها.

تشكيل حالة من التوافق المصلحي بين المنظمة وجماهيرها⁵⁰.

ومما سبق يمكن استخلاص اهداف العلاقات العامة وفق التصور التالي:

اولا: صناعة صورة ذهنية:

وهو ناجم عن تصور جديد لمحدث او حدث جديد قد يكون منتجا او ظهور

مؤسسة جديدة او حزمة لوائح وقوانين محدثة او.... ودور العلاقات لعامة هنا هو

صناعة وخلق صورة ذهنية عن هذا الجديد لدى الجمهور..

ثانيا: تعديل صورة ذهنية:

يظهر حال الأزمات وحال الاهتزازات التي تمر بها منظمة ما لسبب او لآخر..

ثالثا: استمرارية نفوذ الصورة الذهنية:

البقاء والديمومة لمنظمة سياسيه او اقتصادية او.... يحتاج لعمل دؤوب تتمثله

خطط واستراتيجيات البقاء في تلكم السوق او ذلكم الفضاء..

مراجع المحاضرة:

¹ -Larousse (Firm),Nouveau Larousse encyclopédique: Kondratiev-Zythum, Volume2, Édition 2, Paris Larousse, 1998, p 2111.

² -Mihaela Amalia Petrovici: E- Public Relations, Impact and Efficiency, Procedia - Social and Behavioural Sciences 141, 2014, p 79

³ طيار آسيا نقلا عن Bernard Dagenais: وسائل الاتصال في العالقات العامة بالإدارات العمومية "دراسة حالة المديرية العامة للضرائب"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 25، مارس 2018، ص 257.

⁴ حسين عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ط6، الإسكندرية، 2014، ص 80.

⁵ محمد فريد محمود عزت: قاموس المصطلحات الإعلامية، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، ب ط، جدة، دس، ص 67.

⁶ محمد بهجت جاد الله كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية الحديثة، د ط، الإسكندرية، 2003، ص 32.

⁷ أحمد بدر: الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطوع والتنمية، دار قباء، دط، القاهرة، 1998، ص 112.

⁸ هناء حافظ بدوي: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية)، المكتب الجامعي الحديث، د ط، مصر، 2011، ص 42.

⁹ عبد المحيي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، ب ط، مصر، 2004، ص 15.

¹⁰ - محمود يوسف مصطفى: مقدمة في العلاقات العامة، الدار العربية، ط2، مصر، 2008، ص 23.

¹¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي: العلاقات العامة في التطبيق، دار الجرير للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2005، ص 18.

- ¹² - محمد منير حجاب وسحر وهبي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ب ط، القاهرة، 1996، ص 16.
- ¹³ - حسبن عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، ط4، مصر، 2004، ص 174.
- ¹⁴ - محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 49.
- ¹⁵ - فهمي محمد العدوي: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 54.
- ¹⁶ - محمد ناجي الجوهري: وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الراشد العلمية، ب ط، عمان، 2000، ص 24.
- ¹⁷ - محمد ناجي الجوهري: وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الراشد العلمية، ب ط، عمان، 2000، ص 20.
- ¹⁸ - عبد الرزاق محمد الدليمي: العلاقات العامة في التطبيق، دار الجرير للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2005، ص 19.
- ¹⁹ - عبد السميع غريب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة سباب الجامعة، ب ط، الإسكندرية، 2006، ص 37.
- ²⁰ - محمد بهجت جاد الله كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية الحديثة، ب ط، الإسكندرية، 2003، ص 40.
- ²¹ - محمد بهجت جاد الله كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية الحديثة، ب ط، الإسكندرية، 2003، ص 44.
- ²² - ينظر: صالح خليل أبو أصبع: العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2009، ص 90.
- ²³ - صخري محمد: بحث شامل حول العلاقات العامة، الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والاستراتيجية على النت، 2022/12/06، الساعة: 10.19 ليلا.
<https://www.politics-dz.com/ar/%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%B4%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9/>
- ²⁴ - خالد بن عبد الرحمن الرويشد: نشأة العلاقات العامة ودوافع تطورها، صحيفة جسر، الجامعة السعودية الإلكترونية، 2022/12/06، الساعة: 10.53 ليلا.
<https://seu.edu.sa/ar/jisr-articles/210121/>
- ²⁵ - محمد منير حجاب وسحر وهبي: المداخل الأساسية للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ب ط، القاهرة، 1996، ص 38.
- ²⁶ - محمد جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، ب ط، عمان، 1997، ص 196.
- ²⁷ - عبد الناصر أحمد جرادات ولبنان هاتف الشامي: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص 51.
- ²⁸ - محمد الصريفي: العلاقات العامة من منظور إداري، مؤسسة حورس الدولي للنشر والتوزيع، ب ط، مصر، 2005، ص 20.
- ²⁹ - عبد الناصر أحمد جرادات ولبنان هاتف الشامي: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص 37.
- ³⁰ - محمد الصريفي: العلاقات العامة من منظور إداري، مؤسسة حورس الدولي للنشر والتوزيع، ب ط، مصر، 2005، ص 20.
- ³¹ - صخري محمد: مرجع سبق ذكره.
- ³² - صخري محمد: نفس المرجع السابق.
- ³³ - إبراهيم وهبي فهد: العلاقات العامة وإدارتها (مدخل وظيفي)، مؤسسة الوراق، ب ط، 1999، ص 33.

- ³⁴- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام (التطور، الخصائص، النظريات)، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص 382.
- ³⁵- عبد المحيي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، ب ط، مصر، 2004، ص 54.
- ³⁶- فهمي مجد العدوي: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 134.
- ³⁷- مجد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007، ص 38.
- ³⁸- مجد الصريفي: العلاقات العامة من منظور إداري، مؤسسة حورس الدولي للنشر والتوزيع، ب ط، مصر، 2005، ص 23.
- ³⁹- مجد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007، ص 38.
- ⁴⁰- إبراهيم وهي فهد: العلاقات العامة وإدارتها (مدخل وظيفي)، مؤسسة الوراق، ب ط، 1999، ص 33.
- ⁴¹- مجد الصريفي: العلاقات العامة من منظور إداري، مؤسسة حورس الدولي للنشر والتوزيع، ب ط، مصر، 2005، ص 23.
- ⁴²- عبد المحيي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، ب ط، مصر، 2004، ص 54.
- ⁴³- مجد منير حجاب: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007، ص 38.
- ⁴⁴- عبد المحيي محمود صالح وآخرون: العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، ب ط، مصر، 2004، ص 54.
- ⁴⁵- صالح خليل أبو أصبع: العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2009، ص 98.
- ⁴⁶- أبو قحف عبد السلام: هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، ب ط، مصر، 2001، ص 30.
- ⁴⁷- حسين الحلبي: مبادئ العلاقات العامة، دار منشورات عويدات، ب ط، بيروت، 1980، ص 23.
- ⁴⁸- محمود أحمد فياض وآخرون: مبادئ الإدارة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2010، ص 214.
- ⁴⁹- أبو قحف عبد السلام: هندسة الإعلان والعلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفني، ب ط، مصر، 2001، ص 32.
- ⁵⁰- مجد نجيب الصرايرة: العلاقات العامة (الأسس والمبادئ)، مكتبة الرائد العلمية، ب ط، الأردن، 2000، ص 12.

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الاول: مدخل معرفي مفاهيمي لمهارة الاتصال في للعلاقات العامة

المحاضرة الثانية: ماهية مهارة الاتصال

الهدف من المحاضرة: رصد لماهية مهارة الاتصال

المحاضرة الثانية: ماهية مهارة الاتصال:

- التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم المهارة).
- التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم المهارة الاتصالية).
- موضوع المهارة.
- ارتباط المهارة بالاتصال.
- موضوع المهارة الاتصالية.
- تصنيفات المهارة الاتصالية:
 - ✓ ذات الطابع الانتربولوجي.
 - ✓ ذات الطابع السوبرناتيفي.
- مراجع المحاضرة.

التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم المهارة):

اولا: المهارة لغويا:

- 1 - مصدر مَهَرَ/ مَهَرَ ب/ مَهَرَ فِي.
 - 2 - قدرة على أداء عمل بحذق وبراعة: مهارة يدويّة، اكتسب مهارة في التصحيح، أدّى مهمّته بمهارة، عرف هذا العامل بمهارته في حفر الخشب، نجح المدرب في تطوير مهارة الفريق القومي.
- تمهَّرَ فِي يَتَمَهَّرُ، تَمَهَّرًا ، فَهُوَ مُتَمَهِّرٌ، وَالْمَفْعُولُ مَتَمَهَّرَ فِيهِ.
- تَمَهَّرَ الشَّخْصُ فِي صِنَاعَةِ الْخَزْفِ مَهْرًا فِيهَا، حَذِقَهَا وَبَرَعَ فِيهَا وَأَجَادَ، تَمَهَّرَ فِي النَّجَارَةِ، نَظَّمَ الشَّعْرَ¹.
- المهارة بالفتح الحذق في الشيء، والماهر الحاذق بكل عمل وأكثر ما ينعت به السابح المجيد والجمع مهرة، ويقال مهرات بهذا الأمر مهرا به مهارة، أي صوت به حاذقا قال ابن سيدة: وقد مهر الشيء وفيه وبه يمهر مهرا ومهورا ومهارة².

ثانيا: المهارة اصطلاحا:

- المهارة هي القدرة على انجاز المهمة المطلوبة وفي الوقت المحدد مع وجود الرغبة لدى الشخص لتحقيق ذلك، أي انها نشاط هادف يؤديه الإنسان بإتقان وسرعة ورغبة³.
- المهارة هي القدرة الأدائية المتميزة لأداء عمل او نشاط معين وهذا الأداء تتحكم فيه العديد من العوامل والمتغيرات فمن المسلم به أن المهارة تقوم على ثلاث عوامل أساسية هي الاستعداد الفطري والعلوم المعرفية والتدريب بالممارسة⁴.
- المهارة الخطوة أو العملية المعرفية الذهنية أو الأدائية الوجدانية الاتجاهية والعلاقة البيئية التي يمارسها الفرد من خلال قيامه بأداء أحد واجبات عمله⁵.
- وتعتقد الباحثة نضال عبد الحميد أن المهارة هي القدرة والرغبة في عملية المساعدة واحداث التغيير المطلوب⁶.
- المهارة القدرة على أداء عمل معين أو مجموعة من الأعمال بشكل متناسق تعمل فيه مجموعة من عضلات الجسم كاستجابة لمثير خارجي، بحيث يشكل هذا العمل نمط مميز يهدف إلى إحداث تغير مطلوب مع الاقتصاد في الوقت، الجهد وما يستخدم من موارد⁷.
- المهارة حسب أحمد عبد الفتاح قدرة أو استطاعة الفرد أو الجماعة على أداء الوظائف المنوطة بها بكفاءة وفعالية، وهذه المهارات قد تكون إدارية أو تنظيمية أو تكنولوجية⁸.

كما يقصد بالمهارة عدة معان مرتبطة، منها: خصائص النشاط المعقد الذي يتطلب فترة من التدريب المقصود، والممارسة المنظمة، بحيث يؤدي بطريقة ملائمة، وعادة ما يكون لهذا النشاط وظيفة مفيدة، ومن معاني المهارة أيضا الكفاءة والجودة في الأداء، وسواء استخدم المصطلح بهذا المعنى أو ذلك، فإن المهارة تدل على السلوك المتعلم أو المكتسب الذي يتوافر له شرطان جوهريان: **أولهما:** أن يكون موجها نحو إحراز هدف أو غرض معين. **وثانيهما:** أن يكون منظما بحيث يؤدي إلى إحراز الهدف في أقصر وقت ممكن، وهذا السلوك المتعلم يجب أن يتوافر فيه خصائص السلوك الماهر⁹.

التعريف (الهيكل التكويني لمفهوم المهارة الاتصالية):

تعرف المهارات التواصلية أيضا على أنها مجموعة من المركبات والسلوكيات التي تتفاعل مع بعضها البعض طبقا لقواعد محددة تساعد في الحفاظ على معالم ذلك المجتمع¹⁰.

مهارات الاتصال هي المهارات التي يستخدمها الأفراد في حياتهم العملية، بهدف نقل المعارف والأفكار والمشاعر من شخص إلى شخص آخر عن طريق وسيلة من وسائل الاتصال شفوية كانت أو كتابية، أو حتى عن طريق التعبيرات الوجيهة أو الجسدية من شخص إلى آخر، وتقاس مدى كفاءة وسائل الاتصال بقدرتها في توفير الوقت والجهد لمن يستخدمها¹¹.

كما أن مهارات الاتصال هي قدرة الفرد على التفاعل الملائم والفعال الذي يظهر من خلال أداء الفرد، أو من خلال وصف وملاحظة الآخرين لهذا الأداء، إذن هي أداء الفرد في عملية الاتصال بحيث ينعكس على مشاعر الفرد نفسه وعلى مشاعر الآخرين¹².

ومما سبق يظهر أن مهارة الاتصال تتمظهر من خلال ما يسمى بالاتصال الفعال وفي هذا السياق التقاربي يعرف الاتصال الفعال بأنه: "سلوك أفضل السبل والوسائل لنقل المعلومات والمعاني والأحاسيس والآراء إلى أشخاص آخرين والتأثير في أفكارهم وإقناعهم بما تريد سواء كان ذلك بطريقة لغوية أم غير لغوية"¹³. ويمكن من خلال ما سبق تصور طرح تعريفي يعتمد على عدة عناصر أو متغيرات نذكر منها:

المهارة الاتصالية = قدرة وكفاءة + تفاعل + اتصال + معيارية رجع الصدى.
قدرة وكفاءة: بمعنى أهلية للتصرف وفق سلوكيات تدل على البراعة والتحكم والسيطرة سواء في الأوضاع العادية أو الأزماتية.
تفاعل: وهو مادة العلاقة التواصلية.
اتصال: المفهوم المرافق للمهارة والبدال على صنفها، إذ يمكن القول مهارة جسمانية مثلا أو مهارة ثقافية.. كما يمكن قول مهارة اتصالية.

معيارية رجع الصدى: وهي المقياس الذي من خلاله ندرك مدى نجاح أو فشل المهارة الاتصالية ويمكن حتى تقدير منسوب نجاحها فعليا.

المهارة الاتصالية هي القدرات التي تستخدمها عند تقديم أو تلقي مختلف أنواع المعلومات مثل إيصال الأفكار والمشاعر للأطراف الأخرى، أو التعبير عما يحدث من حولك
المهارة هي معيار للإتقان والجودة في المنتج والاحترافية في السلوك
المهارة هي المادة الأساسية لجودة الأداء
المهارة هي المغذي الرئيسي لفكرة الاستحواذ والسيطرة والتحكم

من انجاز الباحث

وطبعا مهارات الاتصال الفعال في العلاقات العامة يكون على مستويين:
اتصال مع الجمهور الداخلي:

والاتصال الداخلي هو مجموعة المبادئ والتطبيقات التي تهدف الى تشجيع سلوك الاستماع، تسهيل تمرير ونشر المعلومات، تسهيل العمل الجماعي المشترك وترقية قيم المؤسسة من أجل تحسين الفعالية الفردية والجماعية فيها¹⁴.

اتصال مع الجمهور الخارجي:

مجموعة من الوسائل الموجهة والتي تستخدمها المؤسسة بغرض تنمية علاقاتها العامة¹⁵.

موضوع المهارة:

في الطبيعة المهارة تشمل الانسان والحيوان من ناحية بعد الفاعلين، وهي وحسب عديد المراجع ترتبط بالإنسان من جانب:

■ **المكون العقلي الفكري:** لان المهارة ترتبط بالعقل سواء كمصدر للمهارة فنقول مهارة عقلية أو كوسيط حيث أن باقي المهارات تستخدم العقل كوسيط دافع او توصل، وأدوات العقل في ذلك قدرة ومستوى التفكير، الفطنة، الذكاء، التواصل الفعال، التكيف العقلي، التفاوض، الوعي الذاتي، حسن قراءة وتحليل الواقع وتوقع المستقبل.. الخ.

■ **المكون العاطفي:** المهارة ترتبط بالمكون العاطفي كذلك حيث يمكن أن يتمثلها التعاطف، التعاون الجماعي، التكيف العاطفي، الذكاء العاطفي، وهذا المكون ذو طبيعة فطورية جبلوية أساسا، ولكن يمكن أن تتشكل في قالب المكتسب تأتي من خلال التكوين والتدريب والتطوير.

■ **المكون الغريزي:** المهارة ترتبط من جهة آخر بالمكون الغريزي كذلك حيث يمكن أن تتمثلها ردات الفعل الطبيعية، الحفلات التي تنبني على الغداء والعشاء

وما شابه، وهذا المكون ذو طبيعة فطورية جبلوية أساسا، ولا يمكن أن تتشكل في القالب المكتسب.

■ **المكون الجسماني:** المهارة ترتبط من جهة مختلفة بالمكون الجسماني كذلك حيث يمكن أن يتمثلها القسم العلوي لجسم الانسان لتعاير الوجه، حركة اليدين، كما يمكن أن يتمثلها القسم السفلي لجسم الانسان كوضعية الرجلين أثناء الجلوس مثلا، وقد يتمثلها جسم الانسان بكليته كحركة الجسم أثناء الإلقاء مثلا، وهذا المكون ذو طبيعة فطورية جبلوية قابل للاكتساب من خلال التكوين والتدريب والتطوير مثلها مثل المهارات ذات الطابع العقلي.

أما موضوعها حسب علاء أحمد فرهين لنوعها حيث أن:
أولا: المهارات الصلبة:

هي عبارة عن قدرات يتم تعليمها للفرد الواحد من قبل شخص متخصص في تلك المهارة. هي مهارات معيارية تختلف من شخص لآخر. فهي قد تكون النقطة الفاصلة التي يستعين بها مسئول الموارد البشرية عند الاختيار أي من بين المتقدمين للوظيفة يصلح لها. يطلق عليها أيضاً بالقدرات التقنية، حيث يمكنك اكتسابها من خلال المدرسة، الجامعة، الدورات التدريبية، الكتب أو حتى من مجال العمل، وعليه يمكن القول أنواع المهارات الصلبة..

- اللغات الأجنبية.
- برمجة الحاسب الآلي.
- مصمم جرافيك.
- إجادة برامج مايكروسوفت اوفيس.
- الطباعة.
- كتابة محتوى.
- تكنولوجيا المعلومات.
- إجادة تحسين محركات البحث.
- كيفية التعامل مع المواقع الإلكترونية.
- كيفية استخدام محرك البحث جوجل.
- الترجمة.
- تطبيقات الاندرويد.
- التسويق¹⁶.

ثانيا: المهارات اللينة:

المهارات الناعمة هي قدرات ذاتية يتمتع بها الفرد حتى يستطيع التكيف مع البيئة المحيطة، فهي تمثل جزءاً من شخصيته، وليست بمهارات تتعلق بمهنة معينة.

فإذا كنت تستطيع أن تتواصل مع مدراءك في العمل، وزملائك، وجيرانك، وأصدقائك حتى منافسيك بشكل جيد وفعال فأنت تتمتع بمهارة التواصل. أما إذا كنت تستطيع أن تربح صفقة في العمل أو عند شرائك شيئاً ما بثمن أقل من ثمنها بعد جدال يذكر مع البائع، فأنت تملك حينها مهارة التفاوض وهناك أنواع أخرى من المهارات الناعمة سنتعرف عليها أكثر في النقطة التالية، وعليه يمكن القول بأنواع المهارات اللينة..

- مهارة التواصل.
- مهارة القيادة.
- مهارة الذكاء العاطفي.
- مهارة العمل الجماعي.
- مهارة المرونة والتكيف مع المتغيرات.
- مهارة إدارة الوقت.
- مهارة حل المشكلات.
- مهارة التفاوض.
- مهارة الإقناع.
- مهارة التحفيز.
- العمل تحت ضغط.
- الإبداع¹⁷.

وفي هذا الشأن يرتبط موضوع المهارة في العموم بخصائص المهارة فنقول:

- تتميز بالتنوع أي أنها تتضمن كافة الجوانب المادية مثل المهارات الأدائية وغير المادية مثل مهارات التفاعل في مواقف الحياة.
- تمتاز باختلافها من مجتمع لآخر وذلك حسب اختلاف وتنوع المجتمعات والاحتياجات.
- تعتمد اعتماداً كلياً على طبيعة العلاقة المتبادلة بين كلا الفرد والمجتمع، وبين الفرد ودرجة تأثير كل منهما على الآخر.
- تقوم باستهداف تفاعل الفرد مع الحياة وتقوم بتطوير أساليب معيشة الحياة.
- تتميز بأنها إنمائية أي تجمع ما بين المعرفة والفعل بقدر كافي من الكفاءة اللازمة.
- تحتاج إلى التدريب والتمرين الكثير من أجل أن تكون قريبة من العادة.
- تتميز بان اكتسابها في سن مبكر يكون أفضل وذلك لأنه يساعد على تمكن المتعلم من مهارته التي تعلمها جيداً.

- تختلف باختلاف سن المتعلم، أي أن مهارات الشخص الصغير تختلف عن مهارات الشخص الكبير وكذلك تعليم مهارة لسن الابتدائية ليست نفس الأساليب التي يتم استخدامها مع طلاب المرحلة الجامعية.
- تمتاز بأنها لا يرتبط اكتسابها بشهادة معينة ولا ترتبط بمستوى تعليمي محدد.

فالمهارات المطلوبة من سوق العمل للتوظيف مثلا:

- الصدق والأمانة.
- الثقة بالنفس.
- اتباع التوجيهات.
- الاهتمام بالتفاصيل.
- إتقان الاتصالات في العمل.
- التعاون مع الآخرين.
- الاتجاهات الإيجابية نحو العمل.
- القدرة على العمل مع الآخرين كفريق.

ارتباط المهارة بالاتصال:

ان عملية الاتصال في واقع الامر هي نقل فكرة أو معلومات رسالة من شخص مرسل إلى شخص مستقبل عن طريق وسيلة او وسيط او آلية تدعى قناة اتصال تختلف باختلاف المواقف والاحداث طبعا، لتنتقل الرسالة عبر قناة الاتصال على شكل رموز ووجب ان تكون مفهومة ومتفق عليها بين المرسل والمستقبل أو رموز شائعة ومعروفة بالمعنى الجمعي.

وهنا قد تصل الرسالة الى المستقبل ويفكك رموزها بشكل صحيح ويتقبلها ويتصرف حيالها حسب ما يتوقعه المرسل تماما، وتعتبر عملية الاتصال في هذه الحالة ناجحة، وقد تصل الرسالة إلى المستقبل في شكل غير واضح او ملتبس او قد تكون واضحة ولكن المستقبل يرفضها او لا يتقبلها اساسا ومن ثم لا يتصرف بالنسبة لها كما يرجو المرسل.. بمعنى فشل العملية الاتصالية، وهنا من الممكن أن يتحقق المرسل من نتيجة رسالته عن طريق إرجاع الأثر أو ما يسمى أحيانا التغذية الراجعة، وهنا تظهر المهارة ابتداء وانتهاء.

العناصر التسعة للاتصال هي:

- السياق Context
- المرسل Sender
- التشفير Encoder
- الرسالة Message

- القناة Channel
- فك التشفير Decoder
- المستقبل Receiver
- التغذية الراجعة Feedback
- التشويش Noise

ارتباط المهارة بالاتصال	
ابتناء هو فضاء حقيقي لاستظهار المهارة وءال من جهة اخرى على قوة المهارة وسطوتها	Context السياق
ءال على قوة المهارة وسطوتها في بناء الرسالة وقراءة الجمهور والتحسب للتشويش لإعطاء افضل نتائج ممكنة	Sender المرسل
ءال على قوة المهارة وسطوتها والبراعة فيها كذلك من ناحية نوع الرسالة وقيمتها وسريتها كما انه ءال على الخبرة	Encoder التشفير
ءال على قوة المهارة وسطوتها من ناحية البناء تماسكا وءقة وضبطا وحجية ومرونة واحاطة و..	Message الرسالة
ءال على قوة المهارة وسطوتها من ناحية اختيار الوسيط الانسب لنقل الرسالة حيث تظهر المهارة مرتبطة مع البناء الرسالي في اكمل صورة	Channel القناة
ءال على قوة المهارة وسطوتها من ناحية احتساب وزن الجمهور ازاء الرسالة.. كما انه ءال على قوة المهارة وسطوتها من ناحية اعتماد فكرة التفاعل البيئي حيث يصبح المرسل هو الجمهور اثناء الرد على الرسالة..	Decoder فك التشفير
نفس من سبق ذكر في الخانة السابقة	Receiver المستقبل
نفس من سبق ذكر في الخانة السابقة	Feedback التغذية الراجعة
ءال على قوة المهارة وسطوتها من ناحية بناء الرسالة في اكمل صورة ممكنة مع تحسب اي عناصر ومتغيرات ءخيلة مشوشة على البناء الرسالي.. ونفس الشيء بالنسبة للقناة	Noise التشويش

موضوع المهارة الاتصالية:

لفهم حيثيات المهارة الاتصالية بشكل أكثر عمقا ووضوحا من خلال مجريات البحوث الميدانية خصوصا في مرحلة الملاحظة ثم مرحلة التفسير السوسيواتصالي فيما بعد وفق أطر علمية دقيقة وجب اعتماد أحد نماذج الاتصال المعروفة والتي من خلالها تتم عملية الإسقاطات للمعطيات الميدانية، والنموذج المقترح في هذا الشأن هو نموذج برادوك هذا الأخير الذي يعتمد في بنائه لنموذجه الاتصالي على نموذج لازويل وهنا تقول سعاد جبر: يعتمد برادوك على نموذج لازويل لكنه يضيف إليه عنصرين آخرين هما ظرف الرسالة الذي تخضع له والهدف من إرسال الرسالة¹⁸.

ويتمثل هذا النموذج بالأسئلة الآتية:

من؟	ماذا يقول؟	بأية وسيلة؟	لمن؟	تحت أي ظروف؟	لأي هدف؟	وبأي تأثير؟
-----	------------	-------------	------	--------------	----------	-------------

(الشكل رقم 04): نموذج برادوك للاتصال من إعداد الباحث.

وعليه يتم تطبيق هذا النموذج وفق الاقتراح التالي:

المفهوم النموذجي	المؤشر الاستقرائي المقابل (الإسقاط).
من	رجل العلاقات العامة.
ماذا يقول	كل ما يقدمه بحسب الوضع والحالة، وهنا تظهر مهارة بناء الموضوع.
بأية وسيلة	الوسيلة تخضع للحدث الاتصالي + الامكانيات المتاحة.
لمن	جمهور داخلي أو خارجي بحسب أو كليهما.
تحت أي ظروف	البيئة المتعلقة برجل العلاقات العامة والمحيط عموما.
ولأي هدف	صناعة صورة ذهنية، تعديل صورة ذهنية، استمرارية نفوذ الصورة الذهنية.
وبأي تأثير	صناعة صورة ذهنية، تعديل صورة ذهنية، استمرارية نفوذ الصورة الذهنية بحسب الموضوع الاتصالي.

ومهارة الاتصال تعابير بمدى التأثير وكذا زمن ديمومة التأثير لذلك يعتقد عليوات محمّد بالقول إذا أخذنا هذا المفهوم من زاوية علماء السلوك، فقد عرّفه سكينر B.F. Skinner على أساس أنه "السلوك الشفهي أو الرمزي للرسالة

بقصد التأثير على المرسل إليه، أما الجمعية القومية لدراسة الاتصال فقد عرّفته على أساس أنه "تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أو الآراء أو الأحاسيس، مما يتطلب عرضاً واستقبالاً يؤدي إلى التفاهم المشترك بين كافة الأطراف بصرف النظر عن وجود انسجام ضمني، وتعريف جمعية إدارة الأعمال الأمريكية للاتصال وتعتبره "كل سلوك ينتج عنه تبادل المعنى"¹⁹.

تصنيفات المهارة الاتصالية:

قسمت ايمان سعيد مجد مهارات الاتصال إلى:

اولا: مهارات الاتصال الكتابي **Written Communication**:

وهي المهارات التي تعتمد على الكتابة لنقل المعلومات والأفكار والمشاعر من شخص إلى آخر، وقد تكون هذه المعلومات منقولة بصورة رسمية أو غير رسمية على حسب الاستخدام لهذه المهارة والشخص المرسل له المعلومات والأفكار المراد إرسالها، ومن أمثلتها الكتابي:

- كتابة الرسائل بأنواعها: الشخصية والمهنية.
- كتابه التقارير الخاصة بالعمل.
- كتابة الوثائق المختلفة.
- كتابة التوصيات.
- كتابة السير الذاتية.

ثانيا: مهارات الاتصال الشفوية **Oral Communication**:

هو أكثر أنواع الاتصال انتشاراً بين الناس بسبب طبيعته التي تتيح للجميع استخدامه في التعبير عن أفكارهم، وقد ينقسم الاتصال اللفظي إلى عدة جهات منها:

- اتصال الشخص بشخص آخر لنقل أفكاره أو مشاعره، مثال: المحادثة التي تدور بين اثنان من الأشخاص.
- اتصال الشخص بجمهور عن طريق التحدث إليهم. مثل إلقاء خطبة الجمعة.
- اتصال الشخص بجماعة محدودة من الناس، مثل التحدث في ندوة أو اجتماع من أي نوع²⁰.

واضافت ايمان سعيد مجد إلى مهارات الاتصال:

ثالثا: مهارات الاتصال غير الشفوية:

وهي تمثل الفئة من مهارات الاتصال التي لا تقع ضمن المهارات الشفوية أو المكتوبة، فتتمثل في:

- حركات الجسد.
- الإيماءات المختلفة وحركات وتعبيرات الوجه التي تعبر عن مشاعر الشخص.

واضافت ايمان سعيد محمد القول:
نحن جميعاً نستخدم مهارات الاتصال غير الشفوية في حياتنا بصورة يومية مثال على ذلك:

- تشير إشارة الإبهام لأعلى بجودة الشيء.
 - وإشارة الإبهام لأسفل تعبر عن سوء هذا الشيء أو هذه التجربة، وغيرها من الإيماءات التي تعبر عن مشاعرنا المختلفة وتنقلها لمن حولنا.
- واضافت ايمان سعيد محمد القول:

رابعا: مهارات الاتصال التقني والتكنولوجي Technological communication:
إن وسائل الاتصال الحديثة تعتبر نوع من أنواع مهارات الاتصال الحديثة، ويتم التواصل عن طريق شبكات الأنترنت أو شبكات الهواتف حيث يتواصل الأشخاص ويتم نقل المعلومات والمشاعر بإحدى هذه الطرق

- طريقة مكتوبة: مثل رسائل البريد الإلكتروني، ورسائل الهاتف، وغيرها من الوسائل.
- طريقة صوتية أو مرئية: مثل الرسائل الصوتية على الهاتف المحمول، رسائل الفيديو، وغيرها من الرسائل²¹.

اما نبيهه جابر فقسم مهارات الاتصال إلى:
اولا: الكتابة:

على الرغم من الزيادات في التكنولوجيات الجديدة، لا تزال مهارات الكتابة من اساسيات النجاح في العلاقات العامة و التسويق، الكتابة في هذين المجالين يجب ان تكون واضحة وموجزة ومقنعة و خالية من الأخطاء بالإضافة إلى ذلك، ينبغي على من يعمل في العلاقات العامة إتقان أسلوب الهرم المقلوب في الكتابة، وهو المنهج الصحفي الذي يضع النقاط الرئيسية أولا، و بترتيب اهميته، ثم يليها التفاصيل الداعمة و الموضحة لهذه النقاط.

ثانيا: الخطابة العامة:

مهارات الخطابة، لا بد ان يجيدها العاملين في العلاقات العامة و المتخصصين في مجال التسويق حيث يجدون أنفسهم أمام العملاء، الصحفيين و ممثلي المجتمع أو المجموعات الأخرى. مهارات التحدث الفعالة هي مزيج من تحليل الجمهور، وكتابة الكلمات ثم القاء الحديث، يجب على محترفي العلاقات العامة و التسويق فهم و الاستجابة لاحتياجات جماهيرهم، الحديث المقنع يبدأ بجمل جاذبه للاهتمام و تشمل طرح واضح للموضوع ، استعراض النقاط الرئيسية، شرحها، و ملخص لما ورد في الحديث او الخطاب في الآخر، وتشمل المهارات الاتصال بالعين، والتنوع في طبقات الصوت، و تدفق سلس للكلمات، و عدد قليل جدا من الحشو في الحديث، مثل " آه " أو " أحب " .. الخ.

ثالثا: الاتصالات غير اللفظية:

نجاح محترفي العلاقات العامة و التسويق يعتمد على الاستفادة من تقنيات الاتصال غير اللفظي للتأكيد و التشديد على الرسالة سواء كانت شفوية أو مكتوبة، و تحديد أفضل السبل لتلبية احتياجات العميل ، و فريق العمل. وتشمل تقنيات الاتصال غير اللفظي العين ، والوقفه، والإيماءات و الاستماع.

رابعا: القيادة:

بما ان العديد من أهداف التواصل و التسويق تتطلب فريق من الكتاب و المصممين والمحرفين و الفنيين والعلاقات العامة و المتخصصين في مجال التسويق، فانها تتطلب ايضا مهارات القيادة لتجميع فعال للحملة. على المتخصصين في مجال التسويق والعلاقات العامة فهم الأساسيات، فضلا عن الإيجابيات و السلبيات، لنظريات القيادة، المعاملات ومعرفة كيفية اختيار أفضل منهج قائم على تلبية احتياجات فريقهم، كما أنها تستخدم الاتصالات لمتابعه انجاز فريق العمل ومحاسبتها.

خامسا: البحث:

بحوث الاتصالات هي العمود الفقري للعلاقات العامة الفعالة و حملات التسويق. العلاقات العامة الفعالة و المتخصصين في مجال التسويق عليهم فهم طرق البحث، لإيجاد المعلومة الصحيحة. العاملين في العلاقات العامة و المتخصصين في مجال التسويق يجب ان يكون لديهم القدرة على التحدث أمام الجمهور و مهارات التواصل غير اللفظي لوضع أسئلة الاستطلاع، وإجراء المقابلات²².

ومن خلال ما سبق يمكن تصنيف المهارة الاتصالية الى:

- حسب التوصيف الانساني: عقلية فكرية عاطفية غريزية جسدية جبلوية ومكتسبة.
- حسب التوصيف المعرفي:
 - ✓ مهارات تخصصية: وهي معقدة وتحتاج لتكوين تخصصي.
 - ✓ مهارات متنقلة: متعلقة بالسمات الشخصية وهي مهارات مفتوحة.

مداخل تحليل المهارة الاتصالية من خلال تحليل الظاهرة الاتصالية:

- حلل عبد العالي دبله الظاهرة الاتصالية عموما الى:
 - المدخل السوبرناتيفي: ويعنى بدراسة التغيرات عند الكائنات الحية والآلات.

- المدخل الانترولوجي: تعتمد على اللغة والحس الحركي والشارة الجوارية..الخ.. وهو مذهب ضد السوبرناتيقا²³.

جدول تحليل المهارة الاتصالية:

المهارة:		نوعها:
التكلم	لفظي	انترولوجية
الحوار.. النقاش..		
طرح الأسئلة		
التعاطف.. الانصات	غير لفظي	
تعبيرية الوجه.. الجسد		
التواصل البصري		
التعامل مع الكاميرا	سوبرناتيقية	
التعامل مع البريد الالكتروني		
الكتابة والاتصال التحريري		
استعمال مواقع التواصل		
الحملات الإعلامية والإعلانية		
التقديم والعرض السمعوبصري		

مراجع المحاضرة:

- ¹- معجم عربي عربي: تعريف و معنى مهارة في معجم المعاني الجامع، 2023/01/14، الساعة: 16.22 مساء.
- ²- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر (مادة مهر)، ط3، ج5، بيروت/لبنان، 1994.
- ³- مدحت ابو النصر و ياسمين مدحت مجد: التنمية المستدامة مفهومها- ابعادها- مؤشراتها، دار الكتاب، ب ط، 2018، ص 114.
- ⁴- السيد عبد الحميد عطية وآخرون: الاتصال الاجتماعي وممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، ب ط، الإسكندرية، 2003، ص 121.
- ⁵- سامي مجد ختاتنة وأحمد عبد اللطيف أبو اسعد: علم النفس الإعلامي، دار الميسرة، ط1، الأردن، 2010، ص 06.
- ⁶- نضال عبد اللطيف برهم: الخدمات الاجتماعية، مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 46.
- ⁷- سميرة البدري، مصطلحات تربوية ونفسية، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2005، ص 176.
- ⁸- أحمد عبد الفتاح ناجي: تطوير وتحديث المنظمات التطوعية في العالم النامي، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية، 2014، ص 244.

⁹- آمال صادق وفؤاد أبو حطب: علم النفس التربوي، المكتبة الأنجلو المصرية، ط4، القاهرة، 1994، ص330.

¹⁰- خيرة مكرتار وبوعمامة العربي نقلا عن ناني محسن: مهارات الاتصال والتواصل في ضوء الإعلام الشبكي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة المسيلة، الجزائر، العدد 06، سبتمبر 2017، ص 83.

¹¹- ايمان سعيد محمد: ما هو تعريف مهارات الاتصال واهميتها، الموسوعة العربية الشاملة على النت، 2023/01/15، الساعة: 17.53 مساء.

<https://www.mosoah.com/career-and-education/business-training/communication-skills>

¹²- القحطاني محمد بن سعيد، دور مهارات الاتصال في تنمية السلوك القيادي من وجهة نظر الطالب، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة نايف الرياض، السعودية، 2013، ص20.

¹³- عبد الحافظ محمد سلامة وسعيد بن عبد الرحمن الدايل: مدخل إلى تكنولوجيا التعليم، دار الخريجي، ط2، الرياض، 2013، ص 127.

¹⁴- روشام بن زيان نقلا عن نعيمة بوسوسة: دور مهارات الاتصال الداخلي في تعزيز قيم الثقافة التنظيمية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، المجلد16، العدد01، 2021، ص 23.

¹⁵ - Monique-Reichel et autre: Communication interne et externe pratique professionnelles, Edition Nathan, paris,1993, p 15.

¹⁶- علاء أحمد: ما هي المهارات الناعمة (soft skills) والمهارات الصلبة (hardskills).. وأمثلة عليهما، موقع ايمونوفو على النت، 2023/01/15، الساعة: 18.13 مساء.

<https://www.emonovo.com/ar/blog/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%85%D8%A9-soft-skills-%D9%88-hard-skills>

¹⁷- علاء أحمد: ما هي المهارات الناعمة (soft skills) والمهارات الصلبة (hardskills).. وأمثلة عليهما، موقع ايمونوفو على النت، 2023/01/15، الساعة: 18.13 مساء.

<https://www.emonovo.com/ar/blog/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%85%D8%A9-soft-skills-%D9%88-hard-skills>

¹⁸- سامية حسن الساعاتي: الثقافة والشخصية، دار النهضة العربية، ط2، بيروت، 1983، ص 38.

¹⁹- عليوات محمد نقلا عن ناصر دادي عدون: مهارات الاتصال الفعال للقائم بالعلاقات العامة في المؤسسة التربوية (ثانوية ناصر باي سليمان نموذجاً)، مجلة دراسات نفسية وتربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، عدد 19 ديسمبر 20، ص28.

²⁰- ايمان سعيد محمد: ما هو تعريف مهارات الاتصال واهميتها، الموسوعة العربية الشاملة على النت، 2023/01/14، الساعة: 20.32 ليلا.

<https://www.mosoah.com/career-and-education/business-training/communication-skills>

²¹- ايمان سعيد محمد: ما هو تعريف مهارات الاتصال واهميتها، الموسوعة العربية الشاملة على النت، 2023/01/14، الساعة: 21.22 ليلا.

<https://www.mosoah.com/career-and-education/business-training/communication-skills>

²²- نبيهه جابر: مهارات الاتصال الفعال المستخدمة في العلاقات العامة والتسويق، فنون العلاقات العامة، 2023/01/15، الساعة: 20.47 ليلا.

http://3alagat.blogspot.com/2015/04/blog-post_94.html

²³- عبد العالي دبله: مدخل إلى التحليل السوسولوجي، دار الخلدونية، ب ط، الجزائر، 2011، ص من 238 إلى 242.

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الاول: مدخل معرفي مفاهيمي لمهارة الاتصال في للعلاقات العامة

المحاضرة الثالثة: أشكال مهارات الاتصال

الهدف من المحاضرة: رصد لأهم أشكال مهارات الاتصال

المحاضرة الثالثة: أشكال مهارات الاتصال:

- مهارات الاتصال قراءة اولية.
- بين المهارة والموهبة والقدرة.
- مهارات الاتصال من حيث الأصل (التصنيف الخام او الاول).
- نموذج تحليل مهارة الاتصال حسب الصنف:
 - ✓ من حيث الأصل.
 - ✓ من حيث الطبيعة.
 - ✓ من حيث المجال أو الفضاء
 - ✓ من حيث الأغراضية.
 - ✓ من حيث الاتجاه أو المسار.
 - ✓ من حيث التركيب أو البناء.
- كيف تطوّر المهارة؟
- مراجع المحاضرة.

مهارات الاتصال قراءة اولية:

توجد العديد من المهارات و المواهب التي يتميز بها أصحابها وقد تصل بهم إلى نجاحات عظيمة مثل:
المهارات الجسدية كالمهارة في لعب رياضة معينة أو قوة التحمل أو القدرة على أداء نشاط معين ببراعة..
المهارات الذهنية كالقدرات الحسابية أو قوة الذاكرة أو التميز في مجال معين كالرياضيات أو الفيزياء أو البرمجة..
أيضاً المهارات الاجتماعية مثلاً تجد شخص لديه شخصية محبوبة واخر لديه القدرة على التحدث أمام مجموعة..

جدول مختصر لأهم أشكال مهارة الاتصال في العلاقات العامة:

أشكال مهارة الاتصال	
فطرية جبلوية / مكتسبة (التعلم.. الخبرانية..)	من حيث الأصل
ذات طابع سوبرناتيفي / ذات طابع انتروبولوجي	من حيث الطبيعة
ترتبط بالنشاط الانساني الديني .. الاقتصادي.. التعليمي..	من حيث المجال أو الفضاء
سالبة المنحى / موجبة المنحى	من حيث الأغراضية
خطية (اتجاه واحد) / أوشبكية	من حيث الاتجاه أو المسار
معقدة البنية / بسيطة البنية	من حيث التركيب أو البناء

من انجاز الباحث

بين المهارة والموهبة والقدرة:

■ المهارة:

تشير المهارة كما سبق وذكرنا في محاضرات سابقة إلى قدرة فاعل اجتماعي على أداء محترف ومميز ضمن حدود زمنية ومادية معقولة ومدروسة، كما سبق وذكرنا أن هذه القدرة تأتي من خلال الجانب الفطري للفاعل الاجتماعي، أو من خلال الاكتساب والتي يتمثلها التعلم، التدريب والممارسة، وهي بعد ذلك كله وكي تتطور ويتحكم فيها بشكل انتفاعي وانتاجي وجب تطويرها بناء على المثابرة والاجتهاد، كما وجب التكرير أن المهارة تتصف بالشمولية اذا تنطلق من الفرد لتشمل المجالات الاجتماعية والثقافية والسياسية والتعليمية و...، من جهة اخرى تتشكل في نظم تصنيفية أفراقية، فمنها المهارات الصلبة ومنها المهارات اللينة، ومنها ما يرتبط بجسم الانسان كلغة الجسد والانصات، الاستماع والاستيعاب، وما شابه، مثلما أن منها ما لا يرتبط بجسم الإنسان كمهارات الكتابة، مهارات التواصل، مهارات العمل مع الفريق ومهارات القيادة ومهارات استخدام التكنولوجيا غيرها.

■ الموهبة:

يعرف معجم الطفولة الموهبة بأنها منحة أو عطية إلهية للفرد ويتميز بها عن نظرائه في مستويات الإدراك والذكاء وسرعة ودقة إنجاز شيء مميز¹. من جهة أخرى يرى البعض بأنها قدرة فطرية أو استعداد موروث في مجال واحد أو أكثر من مجالات الاستعدادات العقلية والإبداعية والانفعالية والفنية وهي أشبه بمادة خام تحتاج إلى اكتشاف وصقل حتى يمكن أن تبلغ أقصى مدى لها². ومن منظر معرفي الموهبة مصطلح يعود الى تاريخ العصور القديمة في حضارة البابليين والرومان والحضارة اليونانية، تطور هذا المفهوم عبر الزمن ففي الوقت الذي كانت تشير فيه الى وحدة قياس وزن ما، ويشير مفهوما نقدية، لتصل الى ما في العصور الوسطى للدلالة عن وحدة آلت اليه الآن لتعبر عن قدرات طبيعية وفطرية³.

من جهة تنظيمية الموهبة تشمل اولئك الأفراد الذين يستطيعون احداث تمايز في الأداء التنظيمي، اما من خلال اسهامهم الآني او على المدى البعيد بتقديم الحد الأعلى من الإمكانيات⁴.

■ القدرة:

في واقع الأمر يصعب تحديد مفهوم القدرة وخصوصا في زاوية الترجمة وهذا ما صادف الباحث Laurent حيث صعب عليه تحديد المعنى الدقيق للفظ قدرة وترجمته الى اللغة الفرنسية من الأصل الانجليزي capability، فهي تعني وتعكس معان كثيرة وواسعة نذكر منها: السعة، الاستعداد، المهارة، القوة، وحتى الاستطاعة.. وهو ما عليه الأمر حتى في الترجمة من وإلى اللغة العربية باستخدام اللفظين capability و capacity في ذات الوقت، الأنجلوساكسون فيستخدمون capability للتعبير عن المهارات و المعارف التي يجب أن تتوفر لدى المدير لقيادة التغيير مثلا ويمكن تطويرها بالتدريب والتكوين.. ويمكن اختصار ما سبق من طروحات من وجهة نظر Laurent لماهية القدرة من زاوية أنها ما يملأ الفجوة ما بين النية والنتيجة اذا توافقت النية مع النتيجة الأصلية طبعا⁵.

جدول توضيحي لأهم خصائص كل من المهارة والموهبة والقدرة:

القدرة	الموهبة	المهارة	
فطرية/مكتسبة	فطرية	فطرية/مكتسبة	أساسها
الانسان/الحيوان/الآلة	الانسان	الانسان/الحيوان	تشمل
تقبل القياس	لا تقبل القياس	تقبل القياس	القابلية للقياس

من انجاز الباحث

حسب الباحث نصيف فهمي منقريوس تقسيم المهارات حسب طبيعتها وهي:

▪ المهارات الفكرية:

وهي تلك المهارات التي يتغلب عليها الطابع الفكري والنظري الفكري ويقل فيها الطابع اليدوي والعضلي وهذا النوع من المهارات يتطلب في الغالب إعداداً خاصاً ولفترة طويلة وخاصة في نظم التعليم الرسمية.

▪ المهارات اليدوية:

وهي تلك المهارات التي يغلب عليها الطابع اليدوي والعضلي أي المهارات التي تتصل بأداة العمال الماهرين ويقل فيه الطابع الفكري.⁶

▪ مهارات عامة:

وهي المهارات التي توفر للفرد قاعدة أساسية من المعلومات العامة والتي غالباً ما تكون فكرية ونظرية والتي يمكن أن تُشكل الأساس الذي يعتمد عليه في أدائه لعمله مع بعض التكيف لتلائم احتياجات عمل أو أعمال معينة قد تطول فترة التكيف أو تقصر حسب طبيعة المهارة.

▪ المهارة المتخصصة:

وهي تلك المهارات التي توفر معلومات متخصصة نظرية وعلمية لتلائم طبيعة المهارات المطلوبة لعمل أو أعمال بذاتها دون غيرها وهذه المهارات قد يصعب تكيفه لتلائمه مع احتياجات المهارات المطلوبة.⁷

مهارات الاتصال من حيث الأصل (التصنيف الخام او الاول):

اولا: مهارات الاتصال الفطورية الجبلوية:

▪ الحدس:

يؤكد Myers في هذا السياق أن الحدس يسبق التفكير العقلاني حيث يقول أن الحدس هو قدرة مباشرة و معرفة سريعة تأتي قبل التحليل العقلاني.⁸

و الحدس حسب كل من Ireland و Miller لا يعتبر أمراً غير عقلاني ولا مثل عملية التخمين العشوائي، و لكن يتوافق مع الأفكار والاستنتاجات، أو الخيارات التي تنتجها إلى حد كبير العمليات العقلية اللاشعورية.⁹

ويرى Harteis و زملاؤه بأن الحدس يعرف عادة بأنه القدرة على فعل أو اتخاذ قرار بشكل ملائم دون التفكير في بدائل، وبدون إتباع قاعدة معينة، وربما دون وعي.¹⁰

وإذا تكلمنا عن المنظمة والإدارة وعلاقته بالحدس فيمكن القول بأنه يعتبر Simon الباحث الأول الذي قام بتحليل دور الحدس في الإدارة بمنهجية علمية، وساهم في زيادة فهم وتوضيح هذا الدور أكثر من عديد الباحثين ولكن مساهماته تبقى محدودة، حيث قام بسلسلة من التجارب التي شارك فيها خبراء الشطرنج لاستكشاف وتحديد الأسس المعرفية لأحكام الحدس، وتوصل في النهاية إلى تطوير نظرية نمط التعرف على أساس الحدس، حيث يرى Simon أن مصطلح الحدس

يمكن استخدامه لوصف سلوك صانع القرار الذي يتميز بالسرعة وأن الخبير غير قادر على وصف تفصيلي للتفكر، أو غيرها من العمليات اليت أنتجت الجواب أو الحل¹¹.

■ الإبداع:

الإبداع مفهوم لزج ومرن ولذلك يعتقد ماكينون Makinon أن الإبداع ظاهرة متعددة الأوجه أكثر من كونها مفهوما نظريا محدد التعريف¹².

ومع ذلك يمكن القول بأن الإبداع بمعناه العام هو كل خروج عن العادي أو الروتين، أي كل شيء جديد مهما كانت بساطته، فائدته وتأثيراته على الحياة بصفة عامة¹³.

والإبداع حسب طارق محمد السوّدان ومحمد أكرم العدلوني هو القدرة على تكوين وإنشاء شيء جديد، أو دمج الآراء القديمة أو الجديدة في صورة جديدة، أو استعمال الخيال لتطوير وتكييف الآراء حتى تشبع الحاجيات بطريقة جديدة، أو عمل شيء جديد ملموس أو غير ملموس بطريقة أو أخرى¹⁴.

في حين يرى هينجر أن الإبداع هو العملية التي فيها خلق جديد له قيمة ملحوظة لمفرد أو الجماعة أو منشأة صناعية أو مجتمع، لذلك فالإبداع هو ابتكار لو قيمة ذات معنى¹⁵.

يندمج الإبداع مع المنظمة في طرح مقارب لما سبق فنجد من يعرف الإبداع التنظيمي بأنه عبارة عن الإتيان بشيء جديد ومفيد قد تكون فكرة أو خدمة أو سلعة أو عملة أو نشاط تم داخل المنظمة ومن خلال التصرف المميز الذي يمارسه الفرد كتبني التغيير وتشجيع الابتكار واستخدام طرق وأساليب حديثة في مجال العمل ومحبة التجريب والمناظرة وعدم الانصياع للأوامر التي تحد من تفكيره والقدرة على التكيف والمرونة والمساهمة في حل المشاكل وكثرة الاتصالات¹⁶.

■ التفاؤل:

التفاؤل هو الطريقة اليت يرى فيها الفرد مستقبله واتجاهه نحو النجاح، مما يساعده على تطوير نفسه والاستجابة للمتغيرات بفاعلية وسعادة صادرة عن ثقته بنفسه وبمستقبله، إذ يتمتع الفرد المتفائل بصفات متميزة عن غيره من الأفراد، عند التعرض للمواقف حيث يتعامل معها بتروي ويستخدم أفكاره الإيجابية والمنطقية للوصول إلى الحلول أو البدائل وبالتالي فإنه يحاول دائما الوصول إلى تعزيز قدرته الذهنية والامتنان لمن حوله وغالبا ما يستخدم الأفراد المتفائلون خيالهم الواسع لإنتاج أفكار إيجابية وناجحة، إضافة إلى ما يمتلكه الأفراد المتفائلون من فرح وسرور وقدرات عالية لتحقيق النجاح¹⁷.

أما عملية فهم سمة التفاؤل والتشاؤم في شخصية الفرد فتتم بطرق مختلفة وتفسيرها يتم عن طريق نظريات عديدة من خلال مطاردة ومعرفة عواقب وآثار كل من التفاؤل والتشاؤم العاطفية والسلوكية بالتدقيق، وأحيانا تظهر على شكل أعراض متناقضة مجتمعة في الفرد نفسه¹⁸.

وفي سياق مفاهيمي مقارب يفرق بين كل من التفاؤل و التفاؤل المقارن و التفاؤل غير الواقعي:

حيث أن **التفاؤل** هو أسلوب معرفي شامل و نزعة داخل الفرد للتوقع العام لحدوث الأشياء الإيجابية بدلا من حدوث الأشياء السلبية و امتلاك إدراك ايجابي للذات وللعالم الخارجي.

في حين يعرف **التفاؤل المقارن** باعتباره كنزعة تجعل الفرد يتوقع حدوث أشياء إيجابية يستفيد منها دون غيره، و حدوث أشياء سلبية يعاني منها الآخرون فحسب، وبكلمة أدق يشعر البعض بحصانة تجلب لهم إيجابيات الحياة و تبعد عنهم سلبياتها وهم متيقنون أن كل ما هو سلبى سوف يقع فيه الآخرون، وهذا ما يسمى بالتفاؤل المقارن.

بينما يعرف **التفاؤل غير الواقعي** على أنه نزعة تجعل الفرد يتوقع حدوث الأشياء الإيجابية أكثر مما يحدث في الواقع ويستفيد منها، وابتعاد كل ما هو سيئ عنه، إذ يظن البعض أنهم يستفيدون مما لا يستفيد منه غيرهم كالوقاية من الأخطار رغم ارتكاب سلوكيات خطيرة، كما ينظر للتفاؤل غير الواقعي كإحدى آليات الدفاع التي يستخدمها الأنا لخفض القلق الناجم عن التخوف من الأخطار¹⁹.

▪ المرح:

صاغ ليبرمان (1965-1977) هذا المصطلح لأول مرة، معبرا على انه موقف الأطفال تجاه اللعب. وعرفه على انه جوهر اللعب، وحسب نفس العالم فان المرح هو ما يمكن للطفل ان يشارك فيه بسهولة، اثناء ممارسة الأنشطة والسلوكيات الذي يظهرونها اثناء اللعب²⁰.

ووجب أن نقول هنا أن المرح سمة سلوكية يمكن أن تدخل ضمن العمل الإداري لكن بحذر وذكاء وعلى رجل العلاقات العامة أن يكون ذكيا منتبها في تصريف هذه المهارة الاتصالية خصوصا وأنها ذات تأثير نفسي كبير وقوي على الجمهورين الداخلي والخارجي بالمعنى الإيجابي فهي أداة تواصلية مسهلة للأداء الوظيفي وميسرة له ولكنها قد تفهم خطأ إذا لم يتم تصريفها بحكمة..

▪ التعاطف (الدعم والمساندة):

التعاطف في العمل حسب معجم الموارد البشرية هي مهارة فهم الآخرين والقدرة على التعرف على مشاعرهم وفهم وجهات النظر الخاصة بهم، بالإضافة إلى تحسين مزاج الشخص من خلال دعمه في المواقف الصعبة بمعنى آخر فهي تعد مهارة قيادية حيوية.

وأنواع التعاطف في العمل حسب ذات المصدر:

✓ تعاطف معرفي:

وهو القدرة على فهم ما يشعر به الشخص أو يفكر به، ويستفيد مديرو الموارد البشرية من هذا النوع في فهم ما يفكر فيه فريق العمل، الأمر الذي يساعدهم في تحديد أسلوب القيادة الأفضل بالنسبة لهم.

في نفس السياق يستخدم هذا النوع لقياس الحالة المزاجية للعملاء خاصة في المجال الخاص بالمبيعات، باختصار فهو يعد قدرة عقلانية ومحايمة عاطفياً يتم التعرف من خلاله على ما يدور في أذهان الآخرين أو ما يشعرون به.

✓ تعاطف عاطفي:

يمكن من خلال هذا النوع مشاركة مشاعر الآخرين وفهمهم بمستوى أعمق، فهو لا يقتصر على مجرد التعرف على ما يشعر به الشخص بل ينشأ عنه علاقة وطيدة بين العاملين، ويتناسب هذا النوع مع الشخص الذي يقود فريق حيث سيساعده في بناء الثقة بينه وبين أعضاء الفريق وبالتالي تنمية الصدق والانفتاح.

✓ تعاطف رحيم:

يعد من أكثر أنواع التعاطف نشاطاً حيث إنه لا يقتصر فقط على الاهتمام بالشخص، بل يتم اتخاذ بعض الطرق العملية لحل مشكلاته على سبيل المثال عند فشل موظف ما في أداء مهامه مما نتج عنه شعوره بالغضب والاستياء فيجب على الإدارة تقديم الدعم له وتوجيهه للتغلب على هذا الموقف والنهوض مرة أخرى²¹.

■ التمرکز الاتصالي والانفتاح على التناقضات:

التمرکز الاتصالي يدل على مهارة اتصالية فذة في العلاقات العامة، وهي دليل كذلك على انفتاح صاحبها على المحيط والواقع، وهي مهارة عكس سلوك الانغلاق الاتصالي الذي قد يعد خطر على نظام الاتصالات داخل المنظمة بل وقد يهدد استقرارها وبالتالي وجودها وكيونيتها، والتمرکز الاتصالي دال على الحكمة والروية والدبلوماسية، ولعله يغذي عديد النشاطات الإنسانية في مختلف الفضاءات، فهو روح النشاط الاتصالي للدبلوماسية السياسية، ومادة القيادة الدينية، والقبلية اذ تقوم هاته الكيانات على التمرکز الاتصالي، ولعلنا هنا نذكر أهم مؤشرات التمرکز الاتصالي:

- ✓ عدم خلق عداوات.
- ✓ الوساطة الاتصالية خصوصاً في حل النزاعات.
- ✓ القبول بالاختلاف وحتى التناقض والتعامل معه بحكمة.
- ✓ الاستماع إلى وجهات النظر المختلفة.
- ✓ حضور البدائل الاتصالية دائماً للخروج من أي مأزق وحل أي مشكلة.

ثانياً: مهارات الاتصال المكتسبة:

- حسن التفاعل مع النظم والضوابط:
- الكفاءة التقنية:

الكفاءة التقنية قدرة المنشأة في الحصول على أكبر قدر أو كمية من المخرجات باستخدام المقادير المتاحة من المدخلات²².

الكفاءة التقنية هي المعرفة أو المهارة المتعلقة بمهمة محددة في مجال معين، يتم تقييم الكفاءات التقنية من قبل أرباب العمل خاصة عندما يتم اكتسابها من خلال التوظيف أو الخبرة المهنية، الكفاءات التقنية عديدة وتختلف من قطاع إلى آخر²³. ومكونات الكفاءات التقنية حسب Belley و Lorrain هي: القدرة على الاتصال، مراقبة البيئة، ادارة الاعمال التقنية، التكنولوجيا، الإصغاء، التنظيم، العمل ضمن فريق²⁴.

وفي نظرنا الكفاء التقنية مهارة تتعلق بمعرفة تكنولوجيا الاتصال واتقان التعامل معها والمهارة في استخدامها بشكل أكثر نجاعة ومردودية، ولا شك أنها مهارة اتصالية مكتسبة وجب أن تتوفر في رجل العلاقات العامة من خلال التكوين والتدريب والممارسة والاحتكاك بالخبراء في هذا المجال.

■ الدعاية والاعلان:

في حقيقة الأمر مصطلح الدعاية والمشهور بلفظة Propoganda له تعريفات متعددة، وهي متفقة على شيء واحد وهو أنها محاولة التأثير في تفكير الناس، وهذه المحاولة هي لتوجيه تفكيرهم، او تقوية التفكير، ضمن إطار منسجم مع خطوط محددة مسبقا ضمن فترة زمنية محددة²⁵.

من جانب آخر يعرفها Tonnies بأنها إثارة الرأي العام على نطاق واسع بغرض نشر الأفكار دون اعتبار لصدقها أو دقتها²⁶.

ويعرفها هارولد لاسويل بأنها تتخذ شكل وسائل قد تكون صورا كلامية أو خطية أو تصويرية أو موسيقية، ثم فسر ذلك بقوله: ليست القنابل ولا الخبز، بل الكلمات والصور والأغاني والاستعراضات والحيل الأخرى المتعددة، هي الوسائل النموذجية للدعاية.. ثم أوجز تعريفه قائلا: إن الدعاية هي الاحتيال عن طريق الرموز²⁷.

أما الإعلان فهو أحد أدوات الدعاية، وفي هذا السياق تعرفه جمعية التسويق الأمريكية، هو عبارة عن وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات، بواسطة جهة معلومة مقابل أجر معلوم²⁸.

ولعل أهم أنواع الإعلان ما يسمى بالإعلان التلفزيوني: حيث يجمع بين الإعلان في كافة الوسائل من حيث الصوت(الراديو) والرؤية (الصحف والمجلات) ، وعرض السلعة إضافة إلى إمكانية استخدام المؤثرات الحركية والإقناع عن طريق المشاهدة كمؤثرات بيعيه ينتج عنها التأثير على المستهلكين المرتقبين بصورة كبيرة²⁹.

ومما سبق لا ينفك أن تكون الدعاية والإعلان من أهم المهارات الاتصالية المكتسبة في العلاقات العامة، وعلى رجل العلاقات العامة ادراكها واتقانها.

■ المراسلات الادارية:

يقصد بالمراسلات الإدارية طريقة التواصل بين الموظفين في كافة الشركات أو المؤسسات، وهي ما يتم إرساله بين هذه الجهات المختلفة، وتهدف إلى تحقيق التواصل بين الإدارة وكافة الأقسام في المنشأة، سواء هذه المراسلة مكتوبة ورقياً أو رقمياً.

✓ خصائص المراسلات الإدارية:

الإيجاز: يجب على المراسلات القانونية والإدارية أن تتجنب التكرار وأن تكون موضحة الموضوع الرئيسي لها (خلاصة الموضوع).

الوضوح والدقة وقوة اللغة: أن تكون اللغة المكتوبة بها المراسلات واضحة وصریحة، ويعتبر الوضوح من أهم الخصائص الواجب توافرها في المراسلات الإدارية، المقصود أن تكون اللغة واضحة باختيار الكلمات المناسبة والبسيطة، وتكون بلغة سهلة ومتسلسلة.

استخدام الألفاظ التي تدل على التقدير والاحترام: يجب استخدام كافة العبارات والألقاب التي تدل على التقدير والاحترام المتبادل بين الكاتب والمستلم، واستخدام الألقاب الوظيفية.. مثال على ذلك: سعادة، أستاذ، دكتور، السيد.

الدقة: يجب أن تذكر جميع المعلومات بطريقة دقيقة وصحيحة.

✓ أنواع المراسلات الإدارية والقانونية:

المراسلات الشخصية: ويقصد بها التبادل بين موظفين اثنين.
المراسلات الإدارية: وهي التي تتبادل فيها الإدارة مع إدارة أخرى، أو جهة أخرى مثل إدارة وشركة.

المراسلات الدبلوماسية: وهي تلك المراسلات التي تتم بين ممثلين لدولتين سياسياً، وغالبا ما يغلب عليها الطابع السياسي.

المراسلات التجارية: وهي المراسلات التي تتم بين التجار في معاملاتهم التجارية.

✓ أهمية المراسلات الإدارية:

للمراسلات الإدارية أهمية كبيرة في تطوير وتنظيم العمل وتسهيل المعاملات وطريقة التواصل بين المؤسسات والشركات وتبين فيما يلي:

سهولة الاتصال بين الأقسام الإدارية للمؤسسة دون الحاجة إلى لقاء المدراء أو رؤساء الأقسام أو موظفين بشكل مباشر بمعنى تسهيل واختصار الوقت والجهد بين الإدارات والمؤسسات.

ثانياً تعتبر المراسلات الداخلية بين الإدارات أو الخارجية وثيقة قانونية، ولا بد أن تكون موثقة من الجهة المرسله ولا بد من الرد عليها بطريقة رسمية³⁰.

■ الاجتماعات:

الاجتماعات هي تجمع يجمع بين 3 اشخاص واكثر بهدف تبادل الخبرات بين العاملين وتقديم الافكار والاقتراحات لتطوير العمل وتحسين الانتاجية، وفي هذا السياق يمكن أن نذكر أهم أنواع الاجتماعات وفق الطرح التالي:

✓ الاجتماعات وجها لوجه:

هذا الاجتماع يضم الجهتين اللتين اجتمعتا باتفاق مسبق او بدعوة من إحدى الجهتين او بدون سابق تخطيط، وذلك بسبب ضرورة مناقشة الأعمال.

✓ الاجتماعات الرسمية:

إن هذه الاجتماعات لديها نزعة نحو التعامل مع المسائل الروتينية وغير القابلة للجدل وذلك بشكل رئيسي، ويمكن أن تكون محطة أخيرة للقرارات التي اجتازت المراحل المرؤوسين مثل الاجتماعات المدرسية.

✓ الاجتماع غير رسمي:

يعقد هذا الاجتماع عادة بمبادرة من رئاسة الشركة، التي تقترح على عدة جهات معنية الاجتماع سويا ومناقشة الحلول المحتملة للمشكلة التي تواجهها الشركة.

✓ الاجتماعات العامة:

إنها ليست اجتماعات بمعناها الصحيح، لأن كل مهمة رئيس الاجتماع في هذه الحالة هي إعلان وجهة النظر او المعلومات دون استدعاء ردود الأفعال من الموجودين.

✓ اجتماعات اللجان الخاصة:

هذا النوع من الاجتماع يشبه غير الرسمي، لكنه أكثر ارتباطا بجدول الأعمال، ومن المحتمل أن يكون محدوداً في فترته الزمنية، وان الاجتماعات من هذا النوع تميل إلى الكثرة وعدم الرسمية، فما إن ترتفع درجة الرسمية حتى تزداد فترة الاجتماع الزمنية، عادة في هذه الحالة تنخفض نسبة الإنتاجية.

✓ اجتماعات اللجان الدورية:

إن هذا المصطلح يشمل مجموعة واسعة من الاجتماعات، التي تدعى عادة بغير الرسمية أو غير المخطط لها. ويمكن تعريفها أيضا بأنها لجنة دائمة لان مهمتها تتلخص في العمل الدائم خلافا للجنة الخاصة، وبالتالي فإن هذه الاجتماعات مخصصة على الأغلب لحل المسائل القياسية، في حين أن اللجنة الخاصة تعمل على نطاق واسع وتجتمع بصورة غير دورية.

✓ اجتماعات العصف الذهني:

انه نموذج متقدم للاجتماع غير الرسمي، ويمكن أن يكون فعالاً جداً خاصة عندما يكون الهدف تطوير الأفكار المبدعة، لأن ذلك في حقيقة الأمر يتطلب مشاركة وتفاعلا من قبل الآخرين³¹.

ما سبق طرح من أنواع واصناف يمكن أن يتم من خلال الرقمنة وعلى هذا يمكن أن نحدد نوعين من الاجتماعات:

✓ اجتماعات بأساليب التواصل التقليدية:

اجتماعات تتم من خلال وسائل الاتصال التقليدية وهي وجاهية تتم في مكان واحد داخل مبنى محدد، يتم فيه انتقال الاعضاء الى غرفة الاجتماعات لتنشيط الاجتماع.

✓ اجتماعات بأساليب التواصل الرقمية:

اجتماعات تتم من خلال وسائل الاتصال رقمية وهي غير وجاهية بالمعنى التقليدي للاتصال، لا ترتبط بمكان واحد بالنسبة لأعضاء الاجتماع، ولا يتم فيه انتقال الاعضاء الى غرفة الاجتماعات لتنشيط الاجتماع بل يمكن أن يحضر الاجتماع من مكانه فقط يكفيه التواصل الرقمي مع الاعضاء بالوسائل والوسائط الرقمية المتاحة. وعلى رجل العلاقات العامة أن يتقن فن ادارة لاجتماعات والتي تنضبط وفق طرح موقع المطور السوداني الذي ذكر الطرح التالي:

✓ الابتعاد عن عقد الاجتماعات غير الضرورية.

✓ البدء في الاجتماع في الوقت المحدد.

✓ إبلاغ الحاضرين بموعد الاجتماع.

✓ إعداد جدول بموضوعات الاجتماع.

✓ توزيع جدول الاجتماع قبل عقدة.

✓ إعداد محاضر مفصلة ودقيقة للاجتماع.

✓ اختيار أقل الأيام نشاطاً في الأسبوع³².

■ الندوات المؤتمرات:

في هذا الشأن لا نريد أن نطيل في الكلام ونقول إن الندوات والمؤتمرات يجري عليها ما يجري على الاجتماعات باعتبارها اداة تواصل تتم بالطرق التقليدية للاتصال أو بالطرق الرقمية.

■ الأيام المفتوحة:

فيما يقال وتذكره المصادر القليلة المتاحة حول اليوم المفتوح أو الأيام المفتوحة هي مناسبة قد ترتبط بظروف النشاط الطبيعي للمنظمة او حتى الظروف الطارئة والأزماتية حيث تقوم فيها المنظمة بفتح أبوابها للعامة على غير العادة طبعاً حيث لا يُسمح للزوار بالدخول إلى المباني التي لا تفتح عادةً للعامة، خصوصاً اذا كانت المنظمة ذات طابع خاص أممي مثلاً، ويتم خلال هذه الأيام المفتوحة السماح للجمهور الخارجي بزيارة المنظمة وتفحص مرافقها، وتذكر بعض المصادر التاريخية هنا أن أول يوم مفتوح عُقد في فرنسا عام 1984، بع ذلك انتشر المفهوم إلى اماكن أخرى في أوروبا وأستراليا وأمريكا الشمالية، ويعتبر اليوم المفتوح من أهم آليات التواصل مع الجمهور الخارجي ووجب على رجل العلاقات العامة معرفة ماهيتها وطرق تنفيذها والافادة منها، على اعتبار أنها مهارة اتصالية مكتبة غير عادية.

ثالثاً: مهارات الاتصال بين الفطرية والمكتسبة:

■ الحوار:

يعتبر الحوار ظاهرة إنسانية بل عالمية لوجوده في غير الإنسان كالملائكة والجن، وان الاختلاف في الرأي سنة إلهية في حياة البشر نتيجة لتفاوتهم في العقول والإفهام والأمزجة ، فقد خلق الله تعالى الإنسان ناطقاً مفكراً محباً للدفاع عن نفسه إذا تعرض للجدل أو النقاش، أو تبادل الأفكار والآراء، وهذه النزعة الدفاعية تتفاوت حسب تفاوت العقول، واختلاف الآراء والأفكار والمعتقدات، مما يكون له الأثر الفعال فيما يجري بين الناس من حوارات ومناظرات ومجادلات، فالحوار ينطلق من تأثيرات وأحاسيس تجيش في النفس لإظهار مبدأ، أو تصحيح خطأ، أو نصره حق، أو غير ذلك مما جبلت عليه النفس البشرية³³.

■ الاستماع الفعال:

يعرفه الباحث الأردني نصر حمدان على بأنه: مهارة لغوية ذهنية أدائية تتشكل لدى المتعلم نتيجة تعرضه لنصوص وقصص مختلفة، وتدريبات مصاحبة في مواقف محددة ومضبوطة تمكنه من الإصغاء الواعي للرسائل الصوتية المتلقاه، وفهم ما تضم من أفكار ومضامين ونقدها وتقويمها وممارسة أشكال التخيل المحتملة³⁴. من خلال تتبع الإطار السيكولوجي لمهارات الاستماع في عدد من البحوث العربية والأجنبية نجد أن طعيمة لخص مهارات الاستماع وهي:

- ✓ مهارة التمييز بين الأفكار الرئيسة والأفكار الثانوية في النص المسموع.
- ✓ مهارة تذكر حقائق ومعلومات وردت في النص المسموع.
- ✓ مهارة استنتاج معنى كلمات جديدة وردت في سياق النص المسموع.
- ✓ مهارة الترتيب الصحيح لأفكار وأحداث وردت في النص المسموع.
- ✓ مهارة الخروج باستنتاجات حول النص المسموع³⁵.

■ الاقناع:

عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر، واخضاعه لفكرة ما³⁶.

أي اتصال مكتوب أو شفوي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير على الاتجاهات والاعتقادات أو السلوك، كما أنه القوة التي تستخدم لتجعل شخصا يقوم بعمل ما عن طريق النصيح والحجة والمنطق³⁷.

ويرى أدونيل ويكيل بأنه: عملية تفاعلية معقدة يرتبط فيها المرسل والمتلقي برموز لفظية وغير لفظية ومن خلال هذه الرموز يسعى المقنع أن يؤثر ليغير استجاباته³⁸.

وطبعا مهارة الاتصال في العلاقات العامة تعتمد اعتمادا كبيرا على الاقناع كآلية للوصول لأهداف المنظمة.

وبما أن الإقناع يستهدف الجمهورين الداخلي والخارجي فلا غرابة أن يعتقد محمد شمال حسن أن الإقناع هو قدرة التأثير في الآخر، فهو يستهدف بالدرجة الأساس، إحداهما تغيير في اتجاهات الجمهور أو آرائه أو سلوكه، ولكي يحدث مثل هذا التغيير فإن الأمر يقتضي تقديم عدد من الحجج أو الأدلة والشواهد التي تثبت صحة القضية التي اشتملت عليها الرسالة الاتصالية أو تدحضها بصورة كلية³⁹.

▪ الاتصال غير اللفظي:

يعرف أحمد بن عبد الله بن صقير العريبي الاتصال غير اللفظي بأنه كل ما يصدر عن جسم الإنسان من حركات أو إيماءات، أو إشارات، أو تعبيرات وجه، أو من خلال المظهر، أو الصوت وتغييراته سواء كانت إرادية، أو غير إرادية، فطرية أو مكتسبة، وتؤثر في عملية الاتصال بين المرسل والمستقل⁴⁰.

و يعرف الاتصال غير اللفظي بأنه جميع المهارات التي يستخدمها الفرد أثناء قيامه بالتعامل مع المحيطين به، بهدف إرسال و استقبال رسالة منهم أو إليهم، سواء كان ذلك هدفاً لتدعيم شكل التواصل اللفظي أو أسلوباً للتواصل غير لفظي في حد ذاته، ومن هذه المهارات:

- ✓ التواصل البصري.
- ✓ تعبيرات الوجه.
- ✓ الإشارات والإيماءات.
- ✓ التواصل بالصور⁴¹.

نماذج تحليل مهارة الاتصال حسب الصنف:

تحليل خصائص مهارة الاتصال من خلال معيارية الجدول في اول المقال العلمي للمحاضرة.

الكفاءة التقنية:	
مكتسبة في الغالب	من حيث الأصل
ذات طابع سوبرناتيفي	من حيث الطبيعة
ترتبط بالنشاط الانساني الديني .. الاقتصادي .. التعليمي ..	من حيث المجال أو الفضاء
قد تكون سالبة المنحى / موجبة المنحى	من حيث الأغراضية
شبكة في الغالب	من حيث الاتجاه أو المسار
في الغالب معقدة البنية	من حيث التركيب أو البناء

الاتصال غير اللفظي:	
مكتسبة افضل	من حيث الأصل
ذات طابع انترولوجي	من حيث الطبيعة

من حيث المجال أو الفضاء	ترتبط بالنشاط الانساني الديني .. الاقتصادي .. التعليمي ..
من حيث الأغراضية	قد تكون سالبة المنحى / موجبة المنحى
من حيث الاتجاه أو المسار	يحتمل ان يكون خطي (اتجاه واحد) / أو شبكي
من حيث التركيب أو البناء	يحتمل ان يكون معقد البنية / بسيط البنية

كيف تطوّر المهارة؟:

كما سبق أن ذكرنا، يمكن لأي شخص اكتساب مهارة في أي مجال يريده من خلال التمرين والتدريب المستمر، ولكنك قد تساءل نفسك: كيف أفعل ذلك؟ كيف أطوّر مهاراتي الحالية أو أكتسب مهارات جديدة؟ إليك فيما يلي مجموعة من النصائح التي يمكنك اتباعها لفعل ذلك:

■ تحديد الغرض من المهارة:

يتم تحديد الغرض من عملية الاتصال سواء أهداف خاصة بالفرد، المؤسسة أو بالمجتمع، وبناء على الأهداف تُحدد المهارة التي يجب اكتسابها للأخصائي الاجتماعي أو القائم بعملية الاتصال كأن تهدف عملية الاتصال إلى توجيه أباء المعاقين ذهنياً إلى كيفية التعامل مع الأبناء ولكي يتحقق هذا الهدف لا بد للأخصائي القائم بعملية الاتصال أن يكتسب المهارة في الحوار والمهارة في التواصل مع الآخرين.

■ تجميع البيانات والمعلومات:

يتم تجميع البيانات والمعلومات عن المهارة من جوانبها المختلفة سواء الاجتماعية والنفسية والعلمية، حيث أن لكل مهارة أساساً معرفياً وقواعد توجه الممارسة ويتم ذلك بالقراءة عن المهارة في المراجع العلمية والدراسات والبحوث المختلفة بموضوع المهارة⁴².

■ تحديد مجالات الممارسة المهنية:

يجب على القائم بالاتصال تحديد المجال الذي يمارس به عملية الاتصال وهناك العديد من المجالات لممارسة مهنة الخدمة ومنها المجال التعليمي والمجال الصحي.. وغيرها من المجالات، حيث تختلف مهارات الاتصال التي يكتسبها القائم بالاتصال وفقاً لمجال الممارسة.

■ تحديد إجراءات المهارة:

معروف ما يجب عمله في كل خطوة إلى أن، تكتسب المهارة فكل مهارة تتضمن مجموعة من الخطوات اللازم التعرف عليها قبل التدريب على ممارستها فالخطوة اللازمة لمهارة المقابلة تختلف عن خطوات اكتساب مهارة الملاحظة أو الحوار.. وغيرها⁴³.

■ التدريب على استخدام المهارة:

يقوم المُدرّب بتدريب القائم بالاتصال على خطوات المهارة بحيث يتأكد من اكتسابه المهارة من خلال اختبار كيفية ممارسة المهارة عن طريق الملاحظة وتطبيق بعض الاختبارات والمقاييس للتأكد من مدى فهم القائم بالاتصال للمهارة وإدراكه لجميع خطواتها.

■ ممارسة المهارة:

يقوم الممارس المهني أو القائم بالاتصال بتطبيق المهارة التي قام بالتدريب عليها، حيث أن جمع المعلومات عن المهارة والتدريب عليها لا يكفي لاكتساب المهارة وتتم الممارسة تحت إشراف المدرب لتصحيح جوانب الخطأ.

■ تقويم استخدام المهارة:

خلال هذه الخطوة يتم تقويم المهارة وإجراء تعديلات عليها سواء في مضمون المهارة أو الوسائل المستخدمة فيها، بحيث يتم تحقيق الهدف منها وهو ما يرتبط بأهداف المجال نفسه.

■ التأكد من تطبيق النظريات والحقائق من خلال استخدام المهارة:

مهارات الاتصال تنتج من ثلاث عمليات متداخلة وهي الاختيار الواعي للبناء المعرفي والمعلومات الخاصة بالمهارة ثم تفاعل هذه المعرفة مع البناء القيمي للممارسة، ثم تحديد انطباق المهارات التي تسمح للممارس بالتدخل المهني للقيام بعملية الاتصال الناجحة⁴⁴.

أما كيفية تطوير المهارة الاتصالية فيمكن ذكرها في النقاط التالية:

■ تدريب على فنون التواصل ذات الطابع الأنثروبولوجي:

وجب تطوير ملكات التواصل ذات الطابع الأنثروبولوجي كالإنصات وحسن الاستماع والتحدث والحوار سواء تعلق الأمر بالإلقاء كالخطابة والإلقاء في الاجتماعات وما شابه، وما ارتبط بها من لغة للجسد.

■ تدريب على فنون التواصل ذات الطابع السوبرناتيفي:

وهنا يأتي دور المهارات المتعلقة بالتكنولوجيا كتعلم فنون التعامل مع الحاسوب، ومواقع التواصل الاجتماعي واستخدام والتعامل مع الكاميرا وما شابه. وعمليات التطوير تأتي من خلال:

1. الدراسة التكوينية والتدريب وحضور مختلف أشكال الكورسات المرتبطة بتطوير المهارات.

2. حضور الملتقيات والمؤتمرات والندوات والأيام الدراسية وما شابه.

3. ممارسة المهارات بشكل فعلي أثناء أداء المهام الوظيفية وقبول النقد فيما تعلق بنقاط الضعف الخاص بك كرجل علاقات عامة.

- ¹- سامية ابرييم نقلا عن زلط أحمد: دلالات الصدق والثبات للصور المصرية لدليل كشف الموهبة، مجلة العلوم النفسية والتربوية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 03، العدد 03، ص 223.
- ²- سامية ابرييم نقلا عن موسى نجيب موسى: دلالات الصدق والثبات للصور المصرية لدليل كشف الموهبة، مجلة العلوم النفسية والتربوية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 03، العدد 03، ص 223.
- ³- كاطع افتخار عبد الحسين: دور القيادة الاستراتيجية في تبني ممارسات ادارة الموهبة (بحث ميداني في وزارة العلوم والتكنولوجيا)، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2014، ص 73.
- ⁴- العبيدي سهيلة محمد فاضل: دور بعض العوامل التنظيمية في تحديد استراتيجيات إدارة الموهبة (بحث ميداني في عدد من مدارس الموهوبين في العراق)، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد ص 71.
- ⁵- عيادي فايزة وكاريش صليحة نقلا عن Laurent: بناء القدرة على التغيير بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال (دراسة حالة مؤسسة ملبوسات الزهراء)، مجلة اقتصاد المال و الأعمال، المركز الجامعي لميلة، الجزائر، المجلد 7، العدد 2، 2022/09/30، ص 538.
- ⁶- نصيف فهيم منقريوس: العملية الإشرافية بين معايير الجودة ومهارات الممارسة المهنية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، عمان، الأردن، 2009، ص 75/74.
- ⁷- نصيف فهيم منقريوس: العملية الإشرافية بين معايير الجودة ومهارات الممارسة المهنية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، عمان، الأردن، 2009، ص 75.
- ⁸- BURKE, L.A., MILLER, M.K. Taking the mystery out of intuitive decision making. Academy of Management Executive, 1999, 13,4, p. 91-99.
- ⁹- MILLER, C. Chet ., IRELAND, R. Duane. Intuition in strategic decision making: Friend or foe in the fastpaced 21st century? Academy of Management Executive, 2005, Vol. 19, No. 1, p. 19-30.
- ¹⁰- HARTEIS, Christian., KOCH, Tina., MORGENTHALER, Barbara. How intuition contributes to high performance: An educational perspective. US-China Education Review, Jan. 2008, Vol. 5, No.1 (Serial No.38), p. 68-80.
- ¹¹- Akinci, C., Sadler-Smith, E. (2012), "Intuition in Management Research: A Historical Review". International Journal of Management Reviews, Vol.14, No.1, pp. 104-122
- ¹²- زكريا الشريبي ويسرية صادق: أطفال عند قمة الموهبة والتفوق العقلي والإبداع، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، ص 93.
- ¹³- مجد سعيد أوكيل: وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 110.
- ¹⁴- طارق محمد السودان ومجد أكرم العدلوني: مبادئ الإبداع، شركة الإبداع الخليجي للاستثمارات والتدريب، الصفاة، الكويت، 2002، ص 18.
- ¹⁵- أسماء إبراهيمي وسعاد ولد محي الدين نقلا عن جيمس هينجر: الإبداع والتمكين الإداري - نظرة في واقع ثقافة الإبداع بالمؤسسة الجزائرية -، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة مجد بوضياف، المسيلة، العدد 02، سبتمبر 2016، ص 03.
- ¹⁶- ضيف الله بن عبد الله النفعي (بتصرف): الإبداع من أجل التطوير الإداري في الأجهزة الحكومية بمدينة الرياض، مجلة الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، مجلد 07، العدد 01، ص 46.
- ¹⁷- كريمة محيوز نقلا عن أحمد مجد النمران: العلاقة بني التفاؤل والدافعية للإنجاز لدى موظفي رئاسة جامعة الجزائر2، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة الجزائر2، المجلد 06، العدد 04، ديسمبر 2021، ص 680.
- ¹⁸- منصوري مصطفى وعينو عبد الله نقلا عن بن مجد عبد الهادي (بتصرف): فعالية استراتيجية بناء التفاؤل في تنمية سمة التفاؤل لدى تلاميذ سنة رابعة متوسط (دراسة ميدانية بمدينة سعيدة)، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 08، العدد 03، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2020، ص 95.

19- سعد الدين بوطبال نقلا CHWEITZER: دور التفاؤل غير الواقعي في ارتكاب الحوادث المرورية لدى السائقين الشباب، مجلة دراسات نفسية وتربوية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 09، 2012، ص 108.

20- سليم خرشى وآخرون نقلا Barnett: تقنين مقياس المرح لدى أطفال ما قبل المدرسة عمى البيئة الجزائرية، مجلة تفوق في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، المركز الجامعي البيض، المجلد 50، العدد 03، 2002، ص 42.

21- ينظر: معجم الموارد البشرية: التعاطف في العمل.

<https://minthr.com/ar/glossary/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D8%B7%D9%81-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84/>

22- عامر إيمان وصوار يوسف نقلا عن بابكر: تقدير حدود الإنتاج وقياس الكفاءة التقنية للمستشفيات المتخصصة في الجزائر باستخدام تحليل الحدود العشوائية خلال الفترة 2011 - 2015، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 04، العدد 02، ص 125.

23- ينظر: مهارات أكاديمية: الكفاءات التقنية، كيف نبرزها في العمل او نحصل عليها؟.

https://lmaharat.blogspot.com/2021/07/blog-post_8.html#

24- Belley, A. Dussault, L. Lorrain, J. (1998), «Les compétences des entrepreneurs: elaboration et validation d'un questionnaire (QCE) », Actes, 4ème CIFPME, Nancy Metz, P.5.

25- فهد بن عبد الرحمان الشميمري: التربية العالمية، فهرست مكتبة الملك فهد، المملكة العربية السعودية، 2010، ص 98.

26- فايز عبد الله مكيد العساف: أساليب الإدارة المتقدمة للدعاية العالمية الدولية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 29، 2012، ص 77.

27- طالب كيهول نقلا عن جاسم رمضان الهلالي: الدعاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دراسة في المفهوم والممارسات، مجلة ستراتيجيا (مجلة دراسات الدفاع والاستشراف)، المعهد العسكري للوثائق والتقويم والاستقبلية، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2020، ص 70.

28- نور الدين أحمد النادي وآخرون: الإعلان التقليدي والإلكتروني، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص 42.

29- شهاب نجم عبد ونور الدين النادي: الدعاية والإعلان في السينما والتلفزيون، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان/الأردن، 2007، ص 73.

30- لولو حمد النعيمي: المراسلات الإدارية والقانونية، جريدة الشرق، موقع إخباري قطري.

<https://al-sharq.com/opinion/09/04/2023/%D9%85%D9%86-%D8%B3%D8%B1%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A8%D8%A9-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D9%86%D9%82%D8%AF%D9%87%D8%A7-%D9%86%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%B1%D9%85%D8%B6%D8%A7%D9%86>

31- ينظر: موقع المطور السوداني (تعلم لتطور): ادارة الاجتماعات تعريفها وأنواعها وأشكالها.

<https://mtwersd.com/meetings-management/>

32- ينظر: موقع المطور السوداني (تعلم لتطور): ادارة الاجتماعات تعريفها وأنواعها وأشكالها.

<https://mtwersd.com/meetings-management/>

33- مصطفى فاضل كريم الخفاجي وعقيل محمد صالح: مفهوم الحوار مع الآخر وأهميته في الفكر الإنساني، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، العراق، المجلد 07، العدد 04، 2017، ص 86.

34- نصر حمدان علي: أثر النشاطات التعليمية المصاحبة والتحصيل السابق في اللغة العربية في تنمية القدرة على التخيل لدى عينة من طلاب الصف السادس، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، المجلد 05، العدد 04، 2009، ص 390.

35- معلومة تربوية نقلا عن رشدي أحمد طعيمة: تعريف الاستماع وأنواعه ومهاراته.

<https://ma3loma-edu.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9->

%D9%88%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9%D9%87-

%D9%88%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%87/

³⁶ - عبد الله بن محمد العوشن: كيف تقنع الآخرين، دار العاصمة بالرياض، ط1، السعودية، 1413هـ، ص 26.

³⁷ - إبراهيم أبو عرقوب: الاتصال الاجتماعي ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1993، ص 179.

³⁸ - أدونيل وكيبيل: الدعاية والنظريات والتوجهات الحديثة، دار النشر والتوزيع والطباعة، الرياض، 1413هـ، ص 96.

³⁹ - محمد شمال حسن: الصورة والاقناع، دار الآفاق العربية، ب ط، القاهرة، 2006، ص 31.

⁴⁰ - أحمد بن عبد الله بن صقير العريني: مدى توافر مهارات الاتصال غير اللفظية لدى هيئة التدريس في كلية العلوم بجامعة القصيم من وجهة نظر الطلبة، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدنمارك، الدنمارك، 2011، ص 09.

⁴¹ - علي محمد أحمد محمد: فاعلية برنامج تدريبي سلوكي لتحسين بعض مهارات التواصل غير اللفظي لدي عينة من الأطفال ذوي التوحد، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة عين شمس، مصر، 2008، ص 71.

⁴² - نجلاء محمد صالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2012، ص 119.

⁴³ - نجلاء محمد صالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2012، ص 120.

⁴⁴ - نجلاء محمد صالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2012، ص 121.

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الاول: مدخل معرفي مفاهيمي لمهارة الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الرابعة: نماذج عن مهارات الاتصال في العلاقات العامة

الهدف من المحاضرة: رصد لأهم نماذج مهارات الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الرابعة: نماذج عن مهارات الاتصال في العلاقات العامة:

- وسائل اتصال العلاقات العامة.
- المهارات ذات الطابع المبدئي التكويني (الإلزامي).
 - ✓ مهارات الولوج.
 - ✓ مهارات المعالجة.
 - ✓ مهارات العرض.
 - ✓ مهارات التقييم.
- المهارات ذات الطابع التكميلي أو المعزز (المرفق).
 - ✓ مهارات الولوج.
 - ✓ مهارات المعالجة.
 - ✓ مهارات العرض.
 - ✓ مهارات التقييم.
- مراجع المحاضرة.

وسائل اتصال العلاقات العامة:

حسب الباحث رضا نبايس لا تقتصر العلاقات العامة على كونها فلسفة إدارة عملية إدارية بل هي وسيلة للاتصال يتعرف الجمهور من خلالها على أهداف وانجازات المؤسسة، ونقطة الانطلاق في معالجة العلاقات العامة كأسلوب أو أ اتصال تتلخص في أن الناس فضوليون ويحبون أن يعرفوا، فجميع جماهير المؤسسة تود أن تعرف الحقائق عن مؤسستهم فالموظفون يهمهم معرفة التغيرات وكيف سيتأثرون بها وكيف ستتأثر بها أرباحهم وأوضاعهم كمساهمين ومستثمرين، وجيران المؤسسة أو المنافسين لها يهمهم أن يعرفوا ماذا يجري هناك؟ ولماذا؟ وكيف سيتأثرون كجيران بهذه التغيرات وإلى أي حد ومدى؟¹.

ويؤكد ذات الباحث الدور الهام للاتصال في العلاقات العامة فيقول.. تبرز أهمية الاتصال مع جميع فئات الجمهور خاصة وأن الناس فضوليون ويحبون أن يعرفوا أشياء كثيرة عن المؤسسة التي يعملون بها أو يتعاملون معها أو التي تعيش بين ظهرانيهم فإن لم يتيسر لهم أسلوب اتصال فعال يوصل إليهم الحقائق، لجئوا إلى الشائعات لإشباع فضولهم مما يضر كثيرا بالمؤسسة وبانطباعاتهم عنها في معظم الحالات، فالهدف الأساسي لاتصال هو التأثير على سلوك الجمهور وكسب تأييده وكذلك استقبال المعلومات منه لأخذها بعين الاعتبار عند وضع الخطط المستقبلية.. الى ان يقول.. بالخلاصة فإن المؤسسة يجب أن تعتني بقنوات الاتصال بينها وبين جماهيرها مما يساعدها على فهم وجهة نظر الجمهور ومواقفه ورغباته وما يحب وما لا يحب وتستطيع المؤسسة أن تحدد قنوات الاتصال بوضوح من دورة للمعلومات².

وبناء على ما سبق قسم زكي محمود هاشم وسائل اتصال العلاقات العامة الى:

▪ الاتصال اللفظي.

▪ الاتصال غير اللفظي³.

أما عبد الحكيم خليل مصطفى فقسمها الى:

▪ معناها المفرد: تعني تبادل الأفكار والرسائل والمعلومات بين الافراد.

▪ معناها الجمعي: تشير في صيغة الجمع إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال⁴.

ويمكن في هذا السياق تقسيم وسائل اتصال العلاقات العامة الى:

أولاً: الوسائل المقروءة والمكتوبة:

▪ الجرائد:

لقد كانت الصحافة لفترة طويلة من الزمن هي الوسيلة الوحيدة الواسعة الانتشار والتي يمكن أن تستخدمها إدارة العلاقات العامة في نقل الأخبار أو الرسائل الإعلامية إلى جمهور المتعاملين معها، من مختلف المستويات والأنواع مع ضرورة اجتذاب

انتباههم وتحريك اهتمامهم مع خلق الرغبة لديهم للتعاون وإقامة الثقة فيما تقدم المؤسسة وأخيرا مراقبة أثر هذه الوسيلة في تحقيق النتائج المطلوبة.

■ المجالات:

مجلة المؤسسة دورية تصدرها الإدارة في مؤسسة الأعمال سواء كانت هذه حكومية أو خاصة، وهي أكثر أدوات العلاقات العامة شيوعا وانتشارا⁵. ويمكن في هذا السياق أن نميز ثلاثة أنواع من مجلات المؤسسات:

✓ مجلة المؤسسة الداخلية:

يها تقوم بعض مؤسسات الأعمال بإصدار مجلات تخص أساسا العاملين فيها، ويطلق عليها مجلات المؤسسة الداخلية، إلا أن توزيع هذه المجلات يمتد ليصل إلى الجماهير الخارجية ذات العلاقة بالمؤسسة والجماعات والأفراد المختلفين الذين يرتبطون بعلاقات بالمؤسسة.

✓ مجلة المؤسسة الخارجية:

تقوم بعض المؤسسات الكبيرة بإصدار مجلات تخصص للجماهير الخارجي، تطبع باستخدام أفضل أنواع الورق، وبأفضل المطابع وتحتوي على موضوعات تثير اهتمام الجمهور وتلبي رغباته، وتستعين بأفضل الكتاب والمحرفين، كما تستخدم الصور والرسوم البيانية وغيرها، وتوزع المجلات توزيعا واسعا لدعم سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية.

✓ مجلة موجهة للجمهورين معا:

هذا النوع من المجلات تصدر أساسا للجمهور الداخلي إلا انه تحول إلى مجلة موجهة لكل من الجمهورين الداخلي والخارجي، فاقتدا بذلك صفته الداخلية⁶.

■ مطبوعات المؤسسة:

هي مطبوعات خاصة يعدها متخصصون في العلاقات العامة لهم مستوى راق في الإخراج الفني ومثل هذه المطبوعات قد تأخذ عدة أشكال هي:

✓ النشرات:

عادة ما تكون هذه النشرات الإعلامية تحتوي على بعض البيانات عن المؤسسة ومواقع عملها، والخدمات والسلع التي تقدمها، وأهم العلاقات العامة بإخراج النشرات باعتبارها تتضمن إعلانا عن نشاط المؤسسة.

✓ الموجز المصور المطبوع:

وهو الموجز المصور المطبوع، بعد إعداد جيد باعتباره يوضع في أماكن معينة كالمعارض مثلا، يحوي صوراً ملونة أو مختارة بدقة كبيرة، والبعض يتضمن رسوما توضيحية أو صور مأخوذة من عدة زوايا للسلعة.

✓ الكتيبات:

ومن الوسائل المقروءة تلك الكتيبات التي تصدرها المؤسسة على فترات متباعدة وتحوي بيانات أكثر استفاضة، وتوسعا عن المؤسسة وخدماتها، ومنتجاتها وأسواقها وتعرض من هذه الكتيبات أو تقدم لزوار الموقع⁷.

ثانيا: الوسائل المسموعة:

■ الإذاعة:

تعتبر الإذاعة وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة والعامّة وتلعب دورا كبيرا في التأثير على الرأي العام، وأصبح الكثيرون يطلقون عليها الصحافة المسموعة، ويمكن أن يكون لها تأثير أقوى من الصحف ولذلك سميت بالصحف الناطقة⁸.

ثالثا: الوسائل المرئية:

■ الصور الفوتوغرافية:

تعد من أكثر الوسائل دلالة ووضوح للكثير من الأشياء التي يصعب التعبير عنها بالكلام أو الكتابة، أو قد يكون الطرف الآخر غير قادر على فهم أو قراءة الشيء المكتوب ولأسباب كثيرة فتكون الصورة أفضل وسيلة للتعبير عن الفكرة، فضلا عن بقاءها في الذاكرة لفترة أطول قياسا بما هو عليه في الأشياء المكتوبة⁹.

■ اللوحات الإعلانية:

يمكن أن تلصق لوحة الإعلانات في أماكن رئيسية وهامة داخل الشركة بحيث يستطيع كافة الموظفين رؤيتها والحصول على المعلومات ذاتيا في الوقت ذاته، هذه المعلومات يمكن أنت تضمن مواعيد مسابقات، أخبارا هامة عن العمل، الدعوة لاجتماعات وساعات العمل، افتتاح أقسام جديدة والى ما هناك من أخبار يستطيع الموظف قراءتها كل يوم، والشخص المسؤول عن هذه اللوحة هو مدير العلاقات العامة أو موظف من قسم العلاقات، ويكون مسؤولا بشكل تام عن هذه الأخبار¹⁰.

رابعا: الوسائل السمعية:

■ الفيديو:

اتسع استخدام أجهزة الفيديو ضمن وسائل الاتصال المرئية والسمعية معا، وتقوم المنشآت الكبيرة بإمداد إدارات العلاقات العامة بأجهزة الفيديو لتسجيل وتصوير الحفلات والمناسبات واجتماعات مجالس الإدارة وكبار المديرين والجمعيات العمومية، وإعادة إذاعتها أو عرضها لاستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها¹¹.

■ التلفزيون:

حسب يعتبر Martial Pasquier التلفزيون من أكثر وسائل الاتصال في العلاقات العامة تأثيرا على الجمهور لأنه يقدم الصوت والصورة المتحركة في الوقت نفسه

وبالتالي يبقى تأثيره في النفس والمشاعر اقوي لفترة أطول من قنوات الاتصال الأخرى.

■ السينما:

وهي تشكل إحدى القنوات الرئيسية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة، فهي تؤثر تأثيراً قويا في مشاهديها إذا ما تم إعدادها بعناية، تتميز الأفلام السينمائية عن قنوات الاتصال الأخرى، في أن مشاهديها يكونون في حالة سكون و على استعداد تام لتلقي الرسالة، فقلما يتناقشون أثناء عرض الفيلم إلا في حدود تعليقات بسيطة¹².
إضافة الى:

■ الدعوات المناسباتية وغير المناسباتية:

الدعوى هي نوع آخر من الوسائل السمعية المرئية في نشاط العلاقات العامة، وتقدمها بأشكال مختلفة حسب التوقيت والظروف، ويرتبط هذا الحدث الخاص بنشاط آخر كاجتماع أو اللقاء أو الحلقة الدراسية أو يكون مستقلا ويتم تنفيذه في فندق أو دار استراحة أو مطعم أو دار خاصة، وفي جميع الأحوال لابد من إجراء الترتيبات المسبقة، والإعداد المسبق والاتفاق على المكان وأنواع الطعام، والشراب المطلوب تقديمه، والدعوات في هذا الشأن أنواع نذكر منها:

✓ دعوات الفطور.

✓ دعوات الغذاء.

✓ دعوات العشاء.

✓ الولائم الكبرى... الخ. و بصفة عامة فان الدعوة يجب أن تكون لها قيمة إخبارية تسهم في تحسين سمعة المنظمة و تحسين صورتها لدى الجماهير¹³.

■ الاحتفالات المناسباتية وغير المناسباتية:

تعد الاحتفالات من وسائل العلاقات العامة التي تهدف من خلالها الى زيادة العلاقات الاجتماعية وخلق روابط حميمية سواء مع الجماهير الداخلية أو الخارجية منها، فالحضور يكون فيه موظفو المؤسسة بكافة مستوياتهم الوظيفية، وقد تدعو المؤسسة أفراد مختارين من جمهورها الخارجي لحضور مثل هذه الحفلات وبخاصة تلك التي تعقد بمناسبة تأسيس المؤسسة أو بمناسبة انضمام مدير جديد لها أو بمناسبة إنتاج منتج جديد، أو غير ذلك من المناسبات الوطنية، وعلى إدارة العلاقات العامة استغلال مثل هذه الحفلات لعرض توجهات الشركة، وطموحاتها وأهدافها على الجماهير المشاركة في الاحتفالات المعنية¹⁴.

الندوات المفتوحة والمغلقة:

تعد الندوات إحدى قنوات الاتصال الجمعي التي تستخدمها العلاقات العامة لتحقيق الاتصال بين القيادات الإدارية والخبراء و بين العاملين من اجل النقاش حول الموضوعات التي تطرح لمبحث والدراسة وتحاول الوصول إلى قرارات بشأنها¹⁵.

■ المؤتمر الصحفي:

وهو اجتماع للصحفيين ورجال الإعلام حول موضوع او حدث معين تقوم بتنظيمه المنظمة حيث يجب على إدارة المنظمة والعلاقات العامة أن تكون مستعدة بالحقائق والمعلومات عن المنظمة وعن الحدث الذي ينعقد المؤتمر الصحفي بشأنه¹⁶.

■ الزيارات المناسباتية وغير المناسباتية:

لعل هذه الوسيلة من الوسائل الاقترابية الاكثر نجاعة في مد خطوط التواصل في العلاقات العامة في المنظمات، فهي مناسبة هامة تساعد رجل العلاقات العامة وادارته على إبراز حضور المنظمة من جانب الأهداف ووظائف والإمكانات والطموحات و... للجماهير الداخلية والخارجية التي تتعامل معها هاته المنظمة، مما يحقق أهداف المنظمة بشكل متسارع وفوري وقوي بحكم أن هذه الخاصية اقترابه كما سبق وذكرنا.

خامسا: الوسائل الرقمية:

لتدحل الانترنت على الخط كوسيلة اتصال في العلاقات العامة، حيث تستطيع المنظمات توظيف خدمات شبكة الأنترنت في مجال العلاقات العامة ويمكن عرض أهم الاستخدامات في الآتي:

- تصميم موقع المنظمة الإلكتروني على شبكة الأنترنت العالمية.
 - استخدام قواعد البيانات على الشبكة في الحصول على المعلومات والبيانات والأخبار.
 - استخدام البريد الإلكتروني أو ما يعرف باختصار MAIL-E.
 - إجراء البحوث على شبكة الأنترنت من خلال المقابلات عبر الشبكة.
 - التعرف على صورة المنظمة من خلال ما ينشر عنها من قبل وسائل الإعلام والمنافسين، والمستخدمين وغيرهم في شبكة الأنترنت.
- ومن أهم وسائل الولوج واستخدام الانترنت:

■ الهاتف:

يلعب أهمية خاصة في عقد الاجتماعات، وتحديد المواعيد وإبلاغ الرسائل والأخبار والبيانات اللازمة لأداء العمل¹⁷.

ومما سبق ذكره يمكن تصنيف وسائل الاتصال المعتمدة في العلاقات العامة الى:

أولا: وسائل اتصال فيزيولوجية:

وهي وسائل اتصال اقترابه ترتبط بجسم الانسان كالصوت ولغة الجسد والاستماع.. الخ.

ثانيا: وسائل اتصال خارج الجسم الانساني:

وهي وسائل اتصال ابتعاديته لا ترتبط بجسم الانسان وهي تصنف الى صنفين:

- تقليدية بسيطة: كالورق..
- ميكانيكية او الكترونية او رقمية شبه معقدة او معقدة: الطبع، كالبريد الالكتروني، الهاتف، الراديو، التلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي..

وقبل وبعد كل ما سبق ذكره من مختلف وسائل الاتصال للعلاقات العامة، وجب علينا الإشارة إلى العوامل التي تؤثر في اختيار وسيلة الاتصال أولاً، فإن الاختيار وسيمة الاتصال المناسبة أهمية في تحقيق الهدف من الاتصال، ومنه نشير إلى أهم هذه العوامل كالتالي:

- نوع وطبيعة الجمهور المطلوب الاتصال به ومستواه الفكري والثقافي والاجتماعي ومدى انتشاره.
- نوع وطبيعة حجم الرسالة والمعلومات المراد معرفتها او توصيلها و مدى وضوح هذه الرسالة او تلك المعلومات.
- الوقت المتاح او السرعة المطلوبة في عملية الاتصال.
- مدى أهمية و حساسية الموضوع او المعلومات المطلوب معرفتها او نقلها.
- الإمكانيات المادية والوسائل المتوفرة والصورة التي تريد أن تظهر بها المؤسسة¹⁸.

المهارات ذات الطابع المبدئي التكويني (الإلزامي):

أولاً: مهارات الولوج:

- اكتشاف ورصد والانصات للمشكلة:

في واقع الأمر لا يجب على العلاقات العامة أن تكون مجرد جهاز دوره الأساسي أن يكون رد فعل للأحداث، وهو أمر ربما يجعل موقف ادارة العلاقات العامة في المؤسسة في وضع حرج جداً، بل عليها أن تعمل بشكل استباقي وتوقعي، خصوصاً في ظل فضاء تفاعلي متجدد، إنها عملية تشغيل قرون الاستشعار إن صح التعبير لتدارك أي أزمة حتى قبل حدوثها، وعملية رصد الأزمات أو المشكلات قبل حدوثها عملية تتراوح بين البساطة والتعقيد والتشابك، فبعض الأزمات تبدأ جلية وواضحة خصوصاً إذا كانت منتشرة في الفضاء الاجتماعي العالمي أو المحلي مما يسهل عملية مراقبتها وتوقع تأثير المنظمة بها فأزمة مثل كورونا وأنت قائم بدور رجل علاقات عامة من السهل توقع مساسها بالمنظمة خاصتك، وعليه وجب اتخاذ التدابير اللازمة لذلك، ووجب التنبيه هنا على أن هناك عدد من الإشكالات التي يمكن توقعها وبكل طبيعي.

والمشكلة حسب أيمن الشعباني هي الأزمة المرصودة وهناك بعض التعريفات التي ركزت على موقف الأزمة وما يتضمنه من تهديد وخطر:

- ✓ حدث غير مرغوب فيه يهدد بخطورة الوجود المستمر للمنظمة.
- ✓ مهدده للأعمال وإذا لم يتم التعامل معها فسوف يعقبتها اتجاه متوقع مدمر.
- ✓ وقت غير مستقر أو حالة خوف عند تغيير جذري وشيك الحدوث.
- ✓ أي تصرف أو فشل في العمل بتداخل بوضوح مع الوظائف التي تنفرد بها المنظمة وتعيق أعمالها ولها تأثير شخصي ضار ملحوظ على غالبية العاملين، أو هي أكثر الأمور قدره على تغيير الانطباع أو الصورة الذهنية للمنظمة.
- ✓ حادث خطير يؤثر على أمن الانسان أو البيئة أو سمعة المؤسسة، ويؤدي إلى سير العمل بشكل معاكس لما هو مقرر له.
- ✓ عبارة عن خلل يؤثر تأثيراً مادياً على النظام كله كما أنه يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها هذا النظام.

مما يسبب خللاً وارتباكاً شديدين في النظام المؤسسي بأكمله، مما قد يؤدي إلى فناء المؤسسة بالكامل في حالة فشلها في التعامل مع الأزمة، وإدارتها بشكل سليم، إذ ينظر إليها على أنها نقطة تحول مثيرة وعنيفة في حياة المؤسسة، بعد أن يتغير نظامها، أو يتأثر بشكل أو بآخر، أية مؤسسة لا تعد نفسها للتعامل مع الأزمة وإدارتها فإنها بالضرورة توقع نفسها في مخاطرة غير محسوبة النتائج، وتزداد حدة المخاطرة أكثر عندما لا يتم اتخاذ عامل الوقت بعين الاعتبار، فالأزمة تتضمن ثلاث خصائص هي:

■ المفاجأة:

تعتبر المفاجأة إحدى أهم سمات الأزمة، فالأزمات غالباً تنشأ فجأة بدون مقدما، و أحيانا تكون هناك مؤشرات تدل على قرب وقوع أزمة ما، وأحيانا أخرى تكون هناك أزمات موجودة فعليا ولكنها لا تؤثر بشكل مباشر على النظام تسمى أزمات كامنة وهي معروفة مسبقا، ولكنها بحاجة لمؤثر كي تنفجر. ومعظم الأزمات التي تعاني منها فلسطين هي أزمات من النوع الأخير، تحتاج فقط لمثير كي تنفجر.

■ السرعة:

فأكثر ما يسود إدارتها هو ضيق الوقت المتاح للتصرف واتخاذ القرارات، على العكس مما كان يحدث في الماضي "ففي الماضي كانت إدارة الأزمات تعني التعامل مع الصحافة، ووسائل الاعلام، وتقديم المعلومات بالطريقة التي تريدها المؤسسة، وكان لدى المؤسسة متسع من الوقت للحصول على الحقائق، وهذا كان من شأنه انه يسمح بعقد عدى اجتماعات مع المستشارين، وعندما تصل المؤسسة لمرحلة الجاهزية، تصدر التصريحات والبيانات التي تشرح الحدث بالضبط، وذلك بالطريقة التي تريدها، أما الآن فيمكن أن تنتهي حياة المؤسسة خلال دقائق محدودة من خلال الإشاعات التي يتم اطلاقها، أو المعلومات المضللة التي يمكن أن تنتشر خلال ثواني محدودة من خلال الانترنت مثلاً، وفي هذا العصر الذي أصبحت فيه صناعة المعلومات لا تعني فقط تقديم الأخبار، وإنما أصبح الأسرع في تقديمها هو من

يحصل على الريادة، فأيام التأكد من الحقائق و الحصول على المعلومات من أكثر من مصدر للتأكد من صحتها قد ولت.

■ التهديد:

تحمل الأزمة في ثناياها تهديدا إما لكل مكونات النظام، او لإحدى مكوناته فقط، وفي كلتا الحالتين يزداد التهديد و الخطر ما لم يتم التعامل معه في الوقت المناسب، هذه التهديدات توصف بالدمرة، فهي تشكل تهديدات للبيئة الأساسية، وليس لقضايا عرضية¹⁹.

■ البحث:

بحوث الاتصالات هي العمود الفقري للعلاقات العامة الفعالة و حملات التسويق. العلاقات العامة الفعالة و المتخصصين في مجال التسويق عليهم فهم طرق البحث ، لإيجاد المعلومة الصحيحة العاملين في العلاقات العامة و المتخصصين في مجال التسويق يجب ان يكون لديهم القدرة على التحدث أمام الجمهور و مهارات التواصل غير اللفظي لوضع أسئلة الاستطلاع، وإجراء المقابلات²⁰.

وهناك قاعدة ذهبية تقول: عندما يُقدّم الخبر بسرعة فإنه يوقف زحف الشائعات والأقاويل، ويهدئ الأعصاب في الأوساط الاجتماعية وفيما يتعلق بأهداف السيطرة على الأزمة فلا تعقيد في ذلك ولكن ما هي أبرز هذه الأهداف.

أولاً: وضع نهاية فورية للأزمة.

ثانياً: جعل الخسائر في حدها الأدنى.

ثالثاً: إعادة الثقة²¹.

ثانيا: مهارات المعالجة:

■ التخطيط:

يرجع التخطيط للعلاقات العامة بمفهومه الحديث إلي عام 1937 في الولايات المتحدة الأمريكية ففي هذا العام حدثت تغيرات اجتماعية واسعة النطاق وعم الإضراب معظم المرافق الصناعية وكان ذلك بسبب رفض إدارة هذه المؤسسات الاعتراف بالتغير الاجتماعي وتجاهلها للرأي العام ولقد اعتبر هذا العام نقطة هامه في تاريخ العلاقات العامة حيث قررت هذه المؤسسات إنشاء إدارات وأقسام للعلاقات العامة وكان الغرض من وجودها إحداث نوع من التوازن بين المؤسسة وإدارتها وبين العاملين فيها وهي بالتالي تضمن وجود التخطيط.

وعمليات التخطيط تحتاج إلي وعي بعناصر عملية التخطيط الكبيرة والصغيرة علي سواء والتخطيط في حد ذاته لإدارة العلاقات العامة يشتمل علي جوانب متعددة هي:

✓ تحديد الأهداف التي يسعى إلي تحقيقه.

✓ تحديد الإمكانيات المتاحة المادية والبشرية والفنية.

✓ تحديد الأساليب الواجب اتخاذها لتحقيق الأهداف.

✓ تصميم البرامج وتنفيذها وتقويمها²².

فالتخطيط نشاط تقر فيه الإدارة ماذا تريد أن تعمل؟ وماذا يجب عمله؟.. وابن؟.. ومتى؟.. وكيف؟.. وبواسطة من؟.. وما هي المواد المطلوبة لأداء العمل؟.. أي انه نشاط يصنع الإطار الشامل والتفصيلي للأهداف والخطوات والمراحل والعناصر اللازمة لتحقيق هذه الأهداف²³.

حتى تكون الخطة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة خطة ناجحة وتؤدي إلى الهدف المنشود لابد من توافر العوامل التالية:

✓ دراسة دقيقة لجميع عناصر المشكلة.

✓ استهداف تقديم المؤسسة ونشاطها وسياستها للجماهير.

✓ تقسيم العمل إلى مراحل حسب أهميتها.

✓ معرفة الجماهير المستهدفة بهذه الخطة.

✓ الاعتماد على الاتصال المباشر بالجماهير.

✓ تحديد مسئولية الأفراد في كل مرحلة من مراحل الخطة.

✓ أن تكون هناك رغبة قوية لدى جميع المشاركين في الخطة لتنفيذها.

✓ القدرة على التعلم من الأخطاء والاستفادة من الإخفاق في تحقيق النجاح.

✓ أن يكون التخطيط في حدود الموارد المالية المتاحة والتي تسمح بها الإدارة.

✓ أن يضع الخطة خبراء أكفاء ومتخصصين ويهتمون بتنفيذها²⁴.

■ القيادة:

بما ان العديد من أهداف التواصل والتسويق تتطلب فريق من الكتاب و المصممين والمحرفين والفنيين والعلاقات العامة و المتخصصين في مجال التسويق، فإنها تتطلب ايضا مهارات القيادة لتجميع فعال للحملة، على المتخصصين في مجال التسويق والعلاقات العامة فهم الأساسيات، فضلا عن الإيجابيات والسلبيات، لنظريات القيادة، المعاملات ومعرفة كيفية اختيار أفضل منهج قائم على تلبية احتياجات فريقهم، كما أنها تستخدم الاتصالات لمتابعه انجاز فريق العمل ومحاسبته²⁵.

■ الاتصال:

الاتصال يعني القيام بتنفيذ الخطط والاتصال بالجماهير المستهدفة، وتحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لكل جمهور، وعقد المؤتمرات، وإنتاج الأفلام السينمائية والصور والشرائح، والاحتفاظ بمكتبة تضم البيانات التاريخية وإقامة الحفلات، وإعداد المهرجانات والمعارض والمباريات المختلفة، وتنظيم الندوات والمحاضرات، والأحاديث، والمناظرات.

ولجهاز العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهو يقدم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدتها على أداء وظائفها المتصلة بالجمهور، فهي مثلاً تساعد إدارة شؤون

العاملين في اختيار الموظفين والعمال وتدريبهم، والنظر في وسائل تشجيعهم وترقيتهم وحل مشاكلهم، وإعداد ما يلزم للعناية بصحتهم ورياضتهم وثقافتهم. كما تسهل العلاقات العامة لقسم المبيعات مهمة إقامة علاقات طيبة بالموزعين والمستهلكين، من خلال تعرفها على اتجاهات الجمهور نحو السلع أو الخدمات التي تنتجها أو تقدمها المؤسسة أو الهيئة إلى عملائها، وهي تسهل مهمة الإدارة القضائية، في عرض الحقائق المتصلة بالقضايا المختلفة على الرأي العام، وتشترك إدارة العلاقات العامة في إعداد التقارير السنوية عن المركز المالي للمؤسسة، وإخراجها في صورة جذابة، يفهمها المساهمون والمستهلكون وغيرهم، وكذلك تساعد إدارة المشتريات في إقامة علاقات طيبة بالمتعهدين، وغيرهم من مصادر الإنتاج²⁶.

ويشمل الاتصال ليس فقط وسائل الإعلام، والتي يمكن أن تساعدك على نشر الصورة لعملك، بل يشمل أيضا التواصل الذكي مع جمهورك المستهدف بعد تحديده كأصحاب المصلحة، العملاء الحاليين، والعملاء المحتملين، والموردين، والشركات الأخرى، وأعضاء المجتمع المحلي، والموظفين، ضع هؤلاء الأشخاص في قاعدة البيانات التي تشمل معلومات الاتصال بهم كاملة، قد تحتاج الى التواصل معهم عدة مرات طوال الحملة و في ما بعد²⁷.

ثالثا: مهارات العرض:

■ تطوير استراتيجيات وتكتيكات خطة العلاقات العامة:

يجب ان تفهم أنهما مختلفان جدا على سبيل المثال، قد تكون لديك استراتيجية لتعزيز الافتتاح الكبير لمبنى إضافي جديد لشركتك، و التكتيكات التي قد تستخدم يمكن أن تشمل تنظيم حفل، قص الشريط، دعوة وسائل الإعلام المحلية والمسؤولين الحكوميين، واستضافة العملاء الحاليين، ورعاية حفل عشاء للعملاء المحتملين والمنشآت التجارية القريبة، وإطلاق حملة إلكترونية المجتمع²⁸.

فالإلقاء آلية قوية للعرض وهي من المكتسبات المهارية الاتصالية الضرورية لرجل العلاقات العامة لذلك وجب الحرص على التمرن عليها والتدرب عليها دوريا، ووجب هنا التنبيه إلى الإلقاء بناء على الأساليب التالية:

✓ إلقاء وعرض محتوى معين أمام جمهور معين بدون اي وسيلة للدعم أو التعزيز (وهو عرض يحتاج إلى التمكن الشديد من الموضوع، إضافة إلى الذاكرة القوية).

✓ إلقاء وعرض محتوى معين أمام جمهور معين مدعم بوسائل للدعم أو التعزيز (وهو عرض يحتاج إلى التمكن الشديد من وسائل ووسائل العرض المختلفة).

✓ إلقاء وعرض محتوى معين أمام جمهور مفتوح.

✓ إلقاء وعرض محتوى معين أمام جمهور مغلق.

وعموما تعتمد مهارات العرض والإلقاء في العلاقات العامة:

- ✓ استراتيجية الدوافع الذاتية.
- ✓ استراتيجيات قبل العرض والتقديم.
- ✓ مهارات الإعداد الجيد للتقديم.
- ✓ الترتيب العام للمحاضرة (التخطيط، الإعداد، التسلسل، الإلقاء، تقييم الأداء).

✓ استراتيجيات ومهارات تستخدم أثناء التقديم كيف تختم؟²⁹.
وفي هذا السياق تُعد لغة الجسد من المهارات الداعمة للإلقاء والمعززة له، حيث يشير الخبراء إلى أهميتها البالغة في إضفاء مزيد من الخصوصية على العرض إذ من خلالها يمكن لرجل العلاقات العامة من تقديم عرض قوي وبأسلوب ناجح، ووجب التنبيه هنا إل ضرورة تطوير المعارف فيما يتعلق بلغة الجسد من خلال التمرينات والتدريبات المتواصلة وهو الأمر الذي من شأنه محاصرة كل ما يتعلق بالقلق أو التوتر، وعليه فننتذكر القاعدة الذهبية التي تقول: دع جسدك يتكلم، ولغة الجسد هنا تساعد في تحقيق مطلبين هامين وهما:

- ✓ الإبهار: بأن تصل الرسالة للجمهور في أفضل قالب استعراضي ممكن.
- ✓ الإشباع: بأن تصل الرسالة للجمهور في أفضل قالب موضوعي ممكن.

اتقان التفاوض:

- ولعل أهم أسباب براعة محترفي العلاقات العامة في التفاوض:
- ✓ الدبلوماسية الذي يعرف كيف يتعامل مع الآخرين، فغلاف أنشطة العلاقات العامة يخضع لدبلوماسية أدب السلوك، والاتيكييت.
- ✓ مؤهل للتعامل مع أي قضية تتعلق بالمؤسسة وعلاقاتها مع الآخرين.
- ✓ يتمتع باللمسة الانسانية، التي هي أساس عمل العلاقات العامة والتفاوض.
- ✓ يرتبط جزء كبير من عمل محترفي العلاقات العامة بإدارة الأوضاع الخاطئة.
- ✓ يمثل محترفوا العلاقات العامة مصدر المعلومات الرئيس للمؤسسة³⁰.

المهارات ذات الطابع التكميلي أو المعزز (المرفق):

ثانيا: مهارات المعالجة:

- التواصل مع قادة الراي في المعالجة:
- و هنا وجب القول ينقسم الراي العام إلى درجات وأنواع، فهناك من يرى انه ينقسم إلى:

- الراي العام المسيطر.
- الراي العام المستنير أو القارئ.
- الراي العام المنقاد.

والأول هو رأي القادة والزعماء والحكومات في اغلب الأحيان، والثاني رأي الطبقة المثقفة في الأمة، وهي الطبقة القادرة على الدرس والمناقشة، والثالث رأي السواد الأعظم من الشعب ممن لا يستطيعون متابعة البحث أو الدرس.

ومن الباحثين من رأي أن هناك ثلاثة أنواع، حددها على النحو التالي:

- الرأي العام الكلي.
- الرأي العام المؤقت.
- الرأي العام المنقاد.

ويرى فريق آخر من الباحثين أن الرأي العام ينقسم إلى أربعة أنواع هي:

- رأي الأغلبية.
- رأي الأقليات.
- الرأي الساحق.
- الرأي الجامع.

ويرى البعض أن الرأي العام ينقسم إلى درجات وهي :

- موافقة اجتماعية.
- موافقة عن طريق التراضي.
- موافقة عن طريق التصويت.
- موافقة عن طريق الضغط.

ويقسم البعض الرأي العام إلى الآتي:

- الرأي الظاهر x الرأي العام الباطن.
- الرأي العام الثابت x الرأي العام المتغير³¹.

ثالثاً: مهارات العرض:

▪ **الإعلان:**

يوصف الإعلان حسب الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي بأنه أسلوب من التواصل communication مع الكيان الجماهيري العام أو بعض فئاته وذلك لتحفيز الجمهور على اتخاذ ردود أفعال حول اتجاهات معينة، مثل زيادة الحركة الشرائية أو المشاركة في نشاط ما، وبصفة عامة الإعلان هو أسلوب لمخاطبة نفسية الإنسان سواء كان قارئاً، أو مستمعاً، أو مشاهداً، أو ضمن جماعة محددة مثل هيئة عمل أو دراسة.. إلخ، والهدف من تصميمه الإعلان حسب ذات المصدر هو توصيل رسالة محددة وواضحة إلى الجمهور عن منتج أو خدمة، أو دعاية لفكرة من نوع خاص³².

▪ **مهارة استخدام آلة التصوير والفيديو:**

وجب ابتداء معرفة خصائص الصورة الإعلانية والصورة الفنية وميزاتها:

✓ فهم آلية تأثير الصورة الإعلانية والفنية ومكانتها.

- ✓ معرفة التحديات التي تواجه التصوير الإعلاني والفني وكيفية التعامل معها خلال عمل المصور في البيئات المختلفة.
 - ✓ معرفة أهم الممارسات في عالم التصوير الفني والإعلاني.
 - ✓ معرفة التنوع والاختلاف الذي قد يطرأ على بيئة التصوير الخاصة بالإعلانات والتصوير الفني.
 - ✓ الحفاظ على أمن وسلامة المصور وفريق العمل خلال العمل في البيئات المختلفة.
 - ✓ فهم العلاقة التي تربط كلا من المخرج الإبداعي والمصور ومصمم الجرافيكس وطبيعة تداخل أو تحديد دور كل منهما.
- اختيار المواضيع:**
- ✓ كيفية اختيار المواضيع.
 - ✓ تطوير الفكرة.
- الرؤية الإبداعية والتكوين البصري:**
- ✓ الأبعاد الجمالية لأحجام اللقطات.
 - ✓ التشكيل البصري للكتل والخطوط والإضاءة.
 - ✓ الأبعاد الجمالية والنفسية للألوان وتأثيرها.
- معالجة الصورة:**
- ✓ تصحيح الألوان.
 - ✓ استخدام تقنيات المونتاج والكولاج.
 - ✓ تقنية HDR، الصورة الديناميكية³³.

مراجع المحاضرة:

- ¹- رضا نبائس: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2008/2007، ص 99.
- ²- رضا نبائس: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2008/2007، ص 100.
- ³- زكي محمود هاشم: العلاقات العامة المفاهيم والأسس العلمية، دار ذات السلاسل، الكويت، ص 169.
- ⁴- عبد الحكيم خليل مصطفى: العلاقات العامة بين النظري والتطبيق العلمي، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2009، ص 243.
- ⁵- لقصير رزيقة: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2006، ص 92/91.

- ⁶- لقصير رزيقة نقلا عن محمد ناجي الجوهر: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2006، ص 92.
- ⁷- لقصير رزيقة نقلا عن محمد ناجي الجوهر: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2006، ص 93.
- ⁸- بسام عبد الرحمن الجرايدة: إدارة العلاقات العامة، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، 2013، ص 291.
- ⁹- ثامر البكري: الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2006، ص 294.
- ¹⁰- محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2011، ص 171.
- ¹¹- محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2011، ص 185.
- ¹²- طيار آسيا نقلا عن Martial Pasquier: وسائل الاتصال في العالقات العامة بالإدارات العمومية (دراسة حالة المديرية العامة للضرائب)، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 25، مارس 2018، ص 259.
- ¹³- عبد الناصر جرادات ولبنان الشامي: مقدمة في العلاقات العامة، دار الياروزي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 121/120.
- ¹⁴- عبد المعطي محمود عساف ومحمد صالح فالح: أسس العلاقات العامة، دار الحامد للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2004، ص 104.
- ¹⁵- محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2011، ص 187.
- ¹⁶- عبد الناصر جرادات ولبنان الشامي: مقدمة في العلاقات العامة، دار الياروزي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2011، ص 121/120.
- ¹⁷- لقصير رزيقة نقلا عن محمد ناجي الجوهر: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2006، ص 94.
- ¹⁸- طيار آسيا نقلا عن بسام عبد الرحمن الجرايدة وفاطمة مروة: وسائل الاتصال في العالقات العامة بالإدارات العمومية (دراسة حالة المديرية العامة للضرائب)، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 25، مارس 2018، ص 259.
- ¹⁹- أيمن الشعباني: الدور الاستراتيجي لإدارة العلاقات العامة في ادارة التحديات المعاصرة، مدونة القوانين الوضعية على النت، 2023/01/19، الساعة: 18.49 مساء.
- https://qawaneen.blogspot.com/2020/05/blog-post_49.html
- ²⁰- نبيهه جابر: مهارات الاتصال الفعال المستخدمة في العلاقات العامة والتسويق، فنون العلاقات العامة، 2023/01/19، الساعة: 19.21 مساء.
- http://3alagat.blogspot.com/2015/04/blog-post_94.html
- ²¹- أيمن الشعباني: مرجع سبق ذكره.
- ²²- موقع فنون العلاقات العامة: مدخل نظري للتخطيط في العلاقات العامة، 2023/01/19، الساعة: 19.37 مساء.
- http://3alagat.blogspot.com/2013/06/blog-post_3961.html
- ²³- أيمن الشعباني: الدور الاستراتيجي لإدارة العلاقات العامة في ادارة التحديات المعاصرة، مدونة القوانين الوضعية على النت، 2023/01/19، الساعة: 18.49 مساء.
- https://qawaneen.blogspot.com/2020/05/blog-post_49.html
- ²³- موقع فنون العلاقات العامة: مدخل نظري للتخطيط في العلاقات العامة، 2023/01/19، الساعة: 19.37 مساء.

http://3alagat.blogspot.com/2013/06/blog-post_3961.html

²⁴- موقع فنون العلاقات العامة: مدخل نظري للتخطيط في العلاقات العامة، 2023/01/19، الساعة: 19.37 مساء.

http://3alagat.blogspot.com/2013/06/blog-post_3961.htm

²⁵- نبيهه جابر: مهارات الاتصال الفعال المستخدمة في العلاقات العامة والتسويق، فنون العلاقات العامة، 2023/01/19، الساعة: 19.21 مساء.

http://3alagat.blogspot.com/2015/04/blog-post_94.html

²⁶- مجد جاسم فلحي: العلاقات العامة والرأي العام، موقع الأكاديمية العربية في الدانمارك على النت، 2023/01/19، الساعة: 19.51 مساء.

<https://ao-academy.org/2006/01/332.html>

²⁷- نبيهه جابر: مهارات الاتصال الفعال المستخدمة في العلاقات العامة والتسويق، فنون العلاقات العامة، 2023/01/19، الساعة: 19.21 مساء.

http://3alagat.blogspot.com/2015/04/blog-post_94.html

²⁸- نبيهه جابر: مهارات الاتصال الفعال المستخدمة في العلاقات العامة والتسويق، فنون العلاقات العامة، 2023/01/19، الساعة: 19.21 مساء.

http://3alagat.blogspot.com/2015/04/blog-post_94.html

²⁹- مركز Orbit Horizone على النت: مهارات العرض والإلقاء المتقدمة، 2023/01/19، الساعة: 20.33 ليلا.

<http://orbithorizone.com/site/courseDetails/2462>

³⁰- أيمن الشعباني: الدور الاستراتيجي لإدارة العلاقات العامة في ادارة التحديات المعاصرة، مدونة القوانين الوضعية على النت، 2023/01/19، الساعة: 18.49 مساء.

https://qawaneen.blogspot.com/2020/05/blog-post_49.html

³¹- مجد جاسم فلحي: العلاقات العامة والرأي العام، موقع الأكاديمية العربية في الدانمارك على النت، 2023/01/19، الساعة: 19.51 مساء.

<https://ao-academy.org/2006/01/332.html>

³²- وحياني نزيهة نقلا عن موقع الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي: آليات تفعيل الإعلان الخيري عبر الإذاعة والتلفزيون الإعلان الخيري في الجزائر، مجلة البدر، المجلد 11، العدد 06، جامعة بشار/الجزائر، جوان 2018، ص 609.

³³- معهد الجزيرة للإعلام على النت: مهارات التصوير الإعلاني، 2023/01/19، الساعة: 22.37 ليلا.

<https://institute.aljazeera.net/ar/course/6513>

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الثاني: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الأولى: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (01)

الهدف من المحاضرة: رصد لحالة قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الرابعة: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (01):

- معنى القياس.
- قياس المهارات الرقمية (كأنموذج عن المهارات الاتصالية).
- القياس القبلي الدال على المهارة.
- القياس الأثنائي الدال على المهارة.
- القياس البعدي الدال على المهارة.
- كيف أقيس مهارة الاتصال.
- قياس المهارات الرقمية (كأنموذج عن المهارات الاتصالية).
- مراجع المحاضرة.

معنى القياس:

اولا: القياس لغة:

قال أبو نصر الجوهري [ت893هـ]: "قست الشيء بالشيء: قدرته على مثاله، ويقال: بينهما قيس رمح، وقاس رمح، أي: قدر رمح"¹.
وأضاف ابن منظور [ت511هـ]: " ويقال هذه خشبة قيس أصبع، أي: قدر أصبع، ويقال قايست بين شيئين إذا قدرت بينهما"².

ثانيا: تعريف القياس اصطلاحًا:

يختلف معنى مصطلح القياس تبعًا للسياقات والمجالات المعرفية التي ينشأ فيها والتي يستخدم فيها، وما هو تعريفه فيها؟..

■ تعريف القياس عند أهل المنطق:

وقد اقترح أبو حامد الغزالي تعريفًا خاصًا بالقياس من منظور علم المنطق قال: القياس في المنطق يتكون من مقدمات ونتيجة، وهو ينقسم إلى قياس اقتراني وقياس شرطي، ومن الأمثلة على القياس المنطقي الاقتراني: كل جسم مؤلف (مقدمة أولى)، وكل مؤلف مُحدَث (مقدمة ثانية) فيلزم منه أن كل جسم مُحدَث (نتيجة)³.

■ تعريف القياس في البحث العلمي:

يعتقد الباحث أمين علي محمد سليمان أن عملية رياضية بامتياز تبني أساسا على مكون رئيس وهو المقارنة بدلالة الرقم طبعا حيث يقول أن القياس هو عبارة عن إعطاء تقدير رقمي للأشياء أو الصفات أو الأشخاص موضع القياس، بوحدات معيارية متفق عليها، وذلك من خلال مقارنة المجهول بواسطة وحدات قياس معيارية معلومة، بغرض التعبير الكمي عن ذلك المجهول، وكذلك يعرف بأنه العملية التي يتم بواسطتها التعبير عن الأشياء والحوادث بأعداد وأرقام أو رموز، حسب قواعد محددة ودقيقة⁴.

■ تعريف القياس في أصول الفقه:

عند علماء أصول الفقه الإسلامي القياس هو: إلحاق واقعة لا نص على حكمها بواقعة ورد نص بحكمها، في الحكم الذي ورد به النص، لتساوي الواقعتين في علة هذا الحكم. وقال بعضهم: هي إلحاق أصل بفرع في الحكم لعله، فإذا ورد نص شرعي من قرآن أو سنة ودلّ على حكم واقعة معينة، لوجود علة فيها، ثم وجدت واقعة أخرى لم ينص على حكمها أي نص شرعي وكانت هذه الواقعة الجديدة متساوية مع الواقعة الأولى في نفس العلة، فإنها تأخذ حكم الواقعة المنصوص على حكمها، وتسمى الواقعة الأولى عند الأصوليين الأصل، وتسمى الواقعة الثانية الفرع، وتعرف العلة في علم الأصول بأنها هي الوصف الظاهر المنضبط الذي يرتبط به الحكم وجودًا وعدمًا⁵.

▪ تعريف القياس في علم النفس:

القياس في علم النفس هو عملية أو نشاط معرفي يرتبط بوصف المعلومات وصفًا كميًا، أي أنه عملية استخدام الأرقام في وصف وتبويب وتنظيم المعلومات، أو البيانات في هيئة موضوعية سهلة ميسرة يمكن قراءتها وفهمها، ثم تفسيرها بشكل سهل، واضح ودقيق⁶.

▪ تعريف القياس في اللغة:

هو إلحاق اللفظ بأمثاله في حكم تثبت لها باستقراء كلام العرب حتى انتظمت منه قاعدة عامة، كصيغ التصغير والنسب والجمع⁷.

ثالثًا: تصنيفات علم القياس:

▪ علم القياس الأساسي:

ويطلق عليه أيضا علم القياس العلمي، وهو العلم الذي يهتم بكافة الحسابات الكمية، وأنظمة الوحدات، ووحدات القياس، وعملية تطوير طرق القياس الجديدة، والعمل على تحقيق معايير القياس، وإمكانية نقل إجراءات القياس وتداولها بين المستخدمين والمؤسسات الضابطة للمعايير.

▪ علم القياس التطبيقي:

ويطلق عليه أيضا علم القياس الصناعي، وهو العلم الذي يهتم بتطبيق القياس في عمليات الإنتاج والعمليات الأخرى واستخدامها في الصناعة، مع ضرورة مراعاة أن تكون أدوات القياس المستخدمة معترفًا بها وبمدى دقتها، وأن يتم ضبط نوعية القياسات والتأكد من صلاحية تطبيقها على المنتجات.

▪ علم القياس القانوني:

وهو ذاك العلم الذي يهتم بالتأكد من مدى انتظام متطلبات القياسات وأدوات القياس من أجل الأمن الصحي، والبيئي، كما أنه يساعد على تقييم نسب الضرائب، وأجهزة حماية المستهلك والتبادل الحر، على أن يتم ذلك كله في غطاء قانوني بحت⁸.

رابعًا: طرق القياس:

▪ القياس المباشر:

وهذا النوع من القياس هو الذي يهتم بحساب النسب المادية التي يسهل تقسيمها وضبطها في نظم وكميات وأنصبة وحسابات مختلفة، كما يمكن المقارنة بينها بسهولة، والأهم من ذلك أن نتيجتها تظهر فور القيام بعملية القياس.. إلخ.

▪ القياس غير المباشر:

وهذا النوع من القياس هو الذي يهتم بقياس النسب المحسوسة والغير مادية والتي لا يمكن جمعها ودمجها وتقسيمها في أطر واضحة، كما أنها تتم عبر مراحل عديدة

تحتاج لتقييمات مختلفة وقد تتعدد من شخص لآخر، على عكس القياس المباشر الذي تظهر نتيجته من الوهلة الأولى، ومن أمثلة العمليات التي نستعمل فيها القياس غير المباشر عندما نكون بحاجة لاختبار وقياس نسب التحصيل، ونسب الذكاء، ونسب التصرف الخططي لدى الأشخاص⁹.

القياس القبلي الدال على المهارة:

القياس القبلي هو قياس المهارة قبل تنفيذها من الفاعل وهي تعتمد على:

- استنطاق المهارة من خلال القراءة الدقيقة للسير لذاتية.
- استنطاق المهارة من خلال مقابلات التوظيف الأولية.
- استنطاق المهارة من خلال جمع وحصر بعض المعلومات عن الفاعل من بيئته ومحيطه.

طبعاً سيكون الاستنطاق مبدئياً وأولياً وليس دقيقاً بالشكل الكافي ولكنه يعطينا كما ومنسوبا من المعلومات التي يمكن الاستئناس بها الى حد ما.

ولذلك ترى الباحثة منال هلال مزاهرة ان التقويم القبلي السابق على تنفيذ البرنامج يأتي عندما تقرر المنظمة أو المؤسسة تنفيذ برنامج إعلامي كبير ذو كفاءة عالية تعلق عليه الآمال في تحقيق نتائج هامة وحاسمة يكون من الضروري اختيار تأثير شكل البرنامج ومضمونه ومدى قابليته للفهم قيب التنفيذ¹⁰.

القياس الأثنائي الدال على المهارة:

القياس الأثنائي هو قياس المهارة أثناء تنفيذها من الفاعل وهي تعتمد على:

- استنطاق المهارة من خلال متابعة الفاعل الاتصالي اثناء تربصات القبول في الوظيفة.
- استنطاق المهارة من خلال أمريات توجه للفاعل الاتصالي اثناء نشاطه الوظيفي كاختبار.
- استنطاق المهارة من خلال جمع وحصر بعض المعلومات عن الفاعل أثناء أدائه للمهارات الاتصالية من خلال الملاحظة العلمية.

طبعاً سيكون الاستنطاق أكثر دقة وبالشكل الكافي وهو يعطينا كما ومنسوبا من المعلومات التي يمكن اعتمادها.

ولذلك ترى الباحثة منال هلال مزاهرة ان التقويم المرحلي أثناء تنفيذ البرنامج تزداد أهمته في البرنامج التي تنفذ على نطاق واسع لتحقيق أهداف اجتماعية من خلال المنظمات القائمة في المجتمع المحلي أو القومي¹¹.

القياس البعدي الدال على المهارة:

القياس البعدي هو قياس المهارة بعد تنفيذها من الفاعل وهي تعتمد على:

- استنطاق المهارة من خلال نتائج متابعة الفاعل الاتصالي بعد انتهاء تربية القبول في الوظيفة.
 - استنطاق المهارة من خلال تسجيلات للفاعل الاتصالي قام فيها الفاعل بتنفيذ مهارات اتصالية معينة وهنا سيتم تحليل قوة اللغة وتأثيرها مع تحليل لغة الجسد.
- طبعاً سيكون الاستنطاق هنا دقيقاً بالشكل الكافي وفاضلاً يعطينا كما ومنسوباً من المعلومات التي يمكن اعتمادها.
- وعليه تعتقد الباحثة منال هلال مزاهرة أن التقويم النهائي يأتي بعد تنفيذ البرنامج ويفيد في تحديد الآثار التي تتركب على تنفيذ برنامج معين بالكامل، كما أنه يفيد في اكتشاف الأخطاء التي وقعت ويجب تفاديها لاحقاً¹².

كيف أقيس مهارة الاتصال:

أقيس مهارة الاتصال من خلال:

▪ الملاحظة:

واحدة من أشهر الأدوات المستخدمة في تقييم الجودة والأداء وهي تركز على رصد مؤشرات السلوك المستهدف باستخدام مختلف الحواس أو التسجيل الرقمي؛ ويمكن استخدامها في تتبع سلوك القيادات المؤسساتية (المدرء، الرؤساء..) أو القيادات الوسطى (الوكلاء، الموجهين، المدرسين، الأخصائي الاجتماعي، الأخصائي النفسي..) أو أفراد المستوى الابتدائي (المتعلم، الفرد الناخب..) وهي تعتمد بدرجة أولى على ما يسمى بشبكة الملاحظة التي هي أشبه ما تكون بنظام تفرغ للمشاهدات المرصودة.

▪ المقابلة:

هي عبارة عن نشاط هادف يقوم على التفاعل اللفظي والإيمائي بين القائم بالمقابلة و الشخص أو مجموعة الأشخاص محلّ الدراسة، وذلك بغرض جمع معلومات أو انطباعات أو آراء حول موضوع محدد؛ وتهدف المقابلة إلى طرح فرصة للتعامل المباشر-فردياً أو جماعياً- مع المعنيين؛ مدير المؤسسة، الوكلاء، المعلمين، التلاميذ، أولياء الأمور... ذوو العلاقة بالممارسات موضع الاستقصاء، حيث يتم سؤالهم حول مشاركتهم فيها، أو إفادتهم منها، أو رأيهم فيها بهدف تحديد نقاط القوة و نقاط الضعف على ضوء معايير معينة.

▪ الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أكثر أدوات القياس المستخدمة في عمليات الاستطلاع وهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة أو/و العبارات المكتوبة مزودة بإجاباتها أو/و الآراء المحتملة أو بفرغ للإجابة؛ وهو يستخدم في الحصول على معلومات، وحقائق غير معروفة سوى لدى الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان. وتختلف طرائق تقديم

الاستبيان فهي تتوزع ما بين استخدام الاستمارات الورقية والاستمارات الإلكترونية إلى الأسئلة المقدمة عبر الهاتف و تلك المرسله عبر البريد التقليدي¹³.

■ المقياس:

القياس في علم النفس شأنه شأن القياس في المجالات الاخرى يهدف للوصول إلى تقديرات كمية دقيقة لمظاهر السلوك التي تدرس في علم النفس، فإذا كان علم النفس هو العلم الذي يدرس السلوك الإنساني فإن القياس النفسي هو فرع من فروع علم النفس يهتم بقياس مظاهر السلوك والوصول لتقدير كمي لها¹⁴.

■ سبر الآراء:

يعرف كل من Tull و Hawkins بحوث الاستقصاء على أنها: "تمثل ذلك الأسلوب المنهجي المنظم لجمع البيانات، من الأطراف المستهدفة، بغرض الفهم، أو التنبؤ ببعض مظاهر السلوك الخاص بمجتمع البحث موضوع الاهتمام"¹⁵.

ويضم الاستقصاء أو التحقيق بصفة عامة، التعداد أو المسح الشامل، الذي لا يستثنى عند الدراسة أي فرد من أفراد المجتمع والاستقصاء بالسبر، أو باستخدام المعاينة ويعتبر هذا الأخير "تقنية إحصائية تسمح بإنجاز الاستقصاء على مجموعة جزئية من المجتمع، تسمى بالعينات، يمكن سحبها أو الحصول عليها عشوائياً، أو تبعاً لميزات وخصائص المجتمع"¹⁶.

■ الاستفتاء:

الاستفتاء ترجمة للكلمة الإنكليزية (Questionnaire) وللکلمة في اللغة العربية ترجمات متعددة تترجم باسم (الاستبيان) وأخرى باسم الاستقصاء وثالثة باسم (الاستفتاء) وهذه الكلمات جميعها تشير إلى أداة واحدة يتم استخدامها لتجميع البيانات المطلوبة استناداً على الأسئلة المكتوبة للحصول على البيانات التي تفيد في الإجابة على مشكلة من المشكلات.

للاستفتاءات الخاصة بالبحث العلمي أهمية كبيرة، وتبرز أهمية الاستفتاء في كل من الآتي:

✓ تعتبر الاستفتاءات وسيلة هامة للحصول على مجموعة صادقة من المعلومات.

✓ من خلال تفاعل العينة البحثية مع الاستبيان يحصل الباحث على المعلومات.

✓ تعتبر خطوة هامة لإجراء عملية التحليل الإحصائي للبيانات.

✓ يعتبر الاستبيان واحداً من أدوات الدراسة التي لا تستغرق كثيراً من الجهد.

✓ الاستفتاء يلائم كل الأحجام الخاصة بالعينة، ونعني بذلك الحجم الكبير والصغير منها.

✓ يعتبر الاستبيان بمثابة وثيقة تدل على صدق المعلومات التي يتم جمعها¹⁷.

■ القياس الاجتماعي أو النظرية السيسيومترية:

بما أن ظاهرة المهارة الاتصالية ظاهرة اجتماعية بامتياز فهي تخضع للقياس تماما مثل الظاهرة الاجتماعية نفسها وتأسيسا على ذلك نقول:

■ القياس الاجتماعي لغوياً:

القياس الاجتماعي لغوياً هو ترجمة للفظ الانكليزية **sociometry** التي تتألف من شقين؛ الأول **socio**، ويعني اجتماعي، والثاني **metry**، ويعني قياس¹⁸.

■ القياس الاجتماعي اصطلاحاً:

تاريخياً ينسب "القياس الاجتماعي" إلى المؤلف مورينو (1892-1974) **J.L MORENO** وهو طبيب الأمراض العقلية وعالم اجتماع ذو أصل نمساوي، أمريكي الجنسية بحيث استقر بالولايات الأمريكية منذ 1925، اشتهر هذا العالم بتكريسه مجهوداً معتبراً لعلاج "المهمشين" من نساء وأطفال ولاجئين وتقديمه لهم الإعانة الاجتماعية والمادية التي هم بحاجة إليها. أحسن دليل لك الجهد تجسد في عنوان كتابه الذي نشره في سنة 1934 تحت عنوان **who shall survive**؟ والذي ترجم ب: "دعائم القياس الاجتماعي" كما نشر بعده كتاباً آخر يعد مكملاً لمؤلفه الأول بعنوان "العلاج النفسي الجماعي"¹⁹.

والاختبار الاجتماعي هو تقنية بسيطة جداً تجري على الأفراد جماعة يعبرون عن رغباتهم الذاتية بالاستناد إلى معيار أو مجموعة معايير يعطيها الباحث وهي تتعلق بالوضعيات التي تعيشها هذه الجماعة²⁰.

وبما أن المهارة وليدة العلاقات الاجتماعية تنشأ فيها وتنمو من خلالها فهي خاضعة للقياس وفي هذا السياق يقول غريب محمد السيد أحمد نقلاً عن جاكوب مورينو القياس السوسيومترى يعطي معنى محدد لقوانين التطور الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية.. ودراسة مدى التجاذب والتنافر بين أعضاء الجماعة²¹.

■ فلسفة القياس الاجتماعي:

تقوم فلسفة القياس الاجتماعي على أساس أن الذرة الاجتماعية، أي النواة التي تشكل من كل الأفراد الذين يتجه إليهم الشخص برابطة انفعالية، أو الذين يرتبطون به انفعالياً في الوقت ذاته، هي أبسط الوحدات الاجتماعية، وهي المركز الذي تدور حوله قوى الجذب والتنافر، بناء على ذلك، فإن الذرة الاجتماعية، أي الصلات والروابط الانتقائية بين الفرد وغيره من الأفراد المنتمين إلى هذه الجماعة أو تلك، هي وحدة الدراسة، وليس الفرد بحد ذاته.

وهكذا، فإن القياس الاجتماعي يسعى إلى تحديد قوى التجاذب أو التباعد في الجماعة بصورة كمية من خلال استخدام وسائل القياس المختلفة التي يمكن بنتيجتها عرض البيانات على هيئة خريطة اجتماعية، تبين الانتقاءات السالبة والموجبة للعلاقات بين أعضاء الجماعة باستخدام الرموز. وتسمح هذه الخريطة بتحديد الذرات الاجتماعية، ومقدار العلاقات التي تحيط بالفرد²².

■ الشروط المنهجية للقياس الاجتماعي:

تحدد قيمة مقياس من المقاييس بمدى دقته في تحقيق الأهداف المرجوة منه. وترتبط دقة هذا المقياس أو ذاك بشروط أساسية، هي:

▪ الموضوعية:

عامة، تعني الموضوعية غياب عوامل التحيز وكفّ تأثيرها، وبناءً عليه يكون المقياس موضوعياً إذا ما أدى إلى النتائج أو الدرجات نفسها بغض النظر عن الباحث الذي صممه أو الذي يقوم بعملية تصحيحه.

▪ الصدق: ويقسم الصدق إلى نوعين:

✓ ظاهري: ويعني قابلية المقياس بأن يقيس ما يجب قياسه في الواقع.

✓ معاملي: ويعني قابلية المقياس لقياس درجة صدق كل عنصر من عناصره.

▪ الثبات:

ويعني قدرة المقياس على إعطاء النتائج ذاتها باستمرار عند تكرار تطبيقه على المجموعة المبحوثة ذاتها وفي الظروف نفسها. وللتأكد من ثبات المقياس يمكن اتباع واحدة أو أكثر من الإجراءات الآتية:

✓ تكوين صورتين متماثلتين للمقياس، ثم احتساب معامل ارتباط الصورة الأولى بالصورة الثانية بعد تطبيق الاختبارين على الأفراد أنفسهم.

✓ تكرار المقياس مرتين وإيجاد معامل الارتباط بين نتائج المرة الأولى ونتائج المرة الثانية للمقياس.

✓ تجزئة المقياس نفسه إلى قسمين واحتساب معامل الارتباط بينهما²³.

قياس المهارات الرقمية (كأنموذج عن المهارات الاتصالية):

علنا في هذا المثال نسوق أحد أهم المهارات الاتصالية التي يجب أن يتحلى بها رجل العلاقات العامة ويتصف بها وظيفياً وهي مهارات الاتصال والتواصل الرقمي، ونقصد هنا كل ما يتعلق بالاتصال في قلبه الرقمي حيث يمكن أن نصف هنا نوعين من الاتصال الرقمي من حيث انها وسيط بين المرسل والمستقبل:

▪ اتصال رقمي من حيث الوسائل: ونقصد به استخدام الهاتف والحاسوب والفاكس وما شابه.

▪ اتصال رقمي من حيث الوسائط: ونقصد به استخدام البرامج والمواقع والبوابات والمتصفحات الرقمية وما شابه في عمليات التواصل والاتصال.

وهنا نقول وبناء على ما ارساه خبير الإدارة الأمريكي بيتر دراكر: "ما لا يمكن قياسه لا يمكن إدارته"، تجسد عبارة دراكر الطفرة الأخيرة التي شهدتها جهود تحديد المهارات الرقمية وقياسها وتقييمها، وهي خطوات أساسية نحو بناء وإدارة القوى العاملة ذات المهارات الرقمية.

ومع تسارع إيقاع التحول الرقمي في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تزداد حاجة العمالة ورواد الأعمال إلى المهارات الرقمية من أجل النجاح في سوق آخذ في التطور، وثمة نقطة مشتركة انطلق منها أغلب واضعي السياسات تتمثل في تحديد أطر العمل التي يمكن أن تستخدم في قياس هذه المهارات²⁴. وقد برزت العديد من أطر الكفاءات في مؤسسات القطاعين العام والخاص. بعضها موجه للموظفين، بينما يركز البعض الآخر على الطلاب من مرحلة الروضة حتى الصف الثاني عشر، وربما تشهد استخداما متزايدا بسبب جائحة كورونا (كوفيد-19)، وعلى كل فإن التركيز ينصب بازدياد على التعلّم عن بُعد، وقد تشهد أطر العمل الموجهة لصناعة تكنولوجيا المعلومات، وتوثيقها أيضا المزيد من المرشحين بسبب الحاجة إلى العمل عن بُعد، وإلى المزيد من الوظائف الرقمية أثناء الاستجابة للجائحة.

ويعد الإلمام بالمهارات الأساسية للتكنولوجيا الرقمية التي يحتاجها الجمهور العام عاملا مشتركا بين أغلب أطر العمل. وتشمل هذه المهارات معرفة كيفية تشغيل الأجهزة، والتواصل، والعثور على المعلومات وتبادلها، وإنشاء محتويات أولية، واستخدام البرامج اليومية (لمعالجة الكلمات أو جداول البيانات) ومراعات عادات الأمان والخصوصية، أو حل المشاكل البسيطة²⁵.

ومما سبق نقول يبدو أن للمهارة الاتصالية الرقمية واسع النفوذ والقوة في الحياة المنظمة الحديثة ولقياس تلك المهارة لدى رجل العلاقات العامة وجب ما يلي:

أولا: من جمع المعطيات إلى التحليل (ما يجب أن تعرفه):

■ خطوات عملية التحليل:

- ✓ تصنيف أو تكوين فئات للبيانات (الخاصة بالجنس، بالدخل مثلا، بالآراء..).
- ✓ ترميز البيانات الخام.
- ✓ جدولة البيانات.
- ✓ التحليل الإحصائي للبيانات.
- ✓ استخلاص النتائج والعلاقة السببية بين المتغيرات²⁶.

■ الإعداد لتحليل البيانات:

ويقصد به مختلف العمليات التي تجعل من عملية تحليل البيانات أمرا ممكنا وتعمل على زيادة وتسهيل إمكانية إخضاع البيانات لإجراءات التحليل، ذلك لأنه إذا كان التحليل يستهين بخطوات الإيجاز والاختصار.. ويهدف إلى استخلاص النتائج العامة، وبتبويب النتائج وجدولتها إحصائيا، فإن التبويب والجدولة تتطلب مراجعة للبيانات للتأكد من اكتمالها ووضوحها وتناسقها، وإلى تصنيف للبيانات بمعنى تحويلها إلى فئات سهل بعد ذلك تبويبها، وكذلك إلى ترميز البيانات بمعنى تحويلها

إلى رموز أو أرقام الأمر الذي يسهل جدولتها، ولذلك كانت عمليات التحليل لإعداد البيانات تشتمل على المراجعة والتصنيف والترميز²⁷.

■ معايير مراجعة البيانات:

تقوم على الفحص الواعي لأدوات جمع البيانات التي تم استفاؤها من المبحوثين سواء أكانت مقابلات أو استبيانات أو ملاحظات، وذلك كله من أجل تحسين نوعية البيانات التي جمعت، وكلما تم هذا الفحص والمراجعة للبيانات في اللحظة التي يتم فيها جمعها كلما كان ذلك أفضل.. والواقع أن للمراجعة الميدانية والمكتبية أهميتها في تجنب الكثير من المشكلات التي يحتمل أن تواجه الباحث بعد ذلك أثناء عمليات تصنيفها وترميزها وتبويبها، وهناك عدة معايير إرشادية لعمليات المراجعة والفحص الواعي للبيانات وهي:

✓ **اكتمال البيانات:** متعلق بالمراجع بأن يتأكد من أن كل البنود في أداة جمع

البيانات قد تم استفاؤها.. فالمساحات البيضاء قد تشير إما لرفض الإجابة أو عدم معرفتها أو...

✓ **وضوح البيانات:** متعلق بمراجعة وفحص البيانات في أدوات البحث من حيث الوضوح لتسهيل عملية الترميز.

✓ **فهم البيانات:** متعلق بفحص الاستجابات في أداة البحث خصوصا إذا كان هناك باحث (مراجع) ومرمز وجامع للأدوات مرتبطون بالبحث.

✓ **اتساق البيانات:** متعلق بالكشف عن التناقض في الاستجابات.

✓ **الالتزام بالتعليمات:** متعلق بمراجعة مدى التنظيم والالتزام ببنود الأداة فتسجيل إجابات في الخانات غير المخصصة لها تعيق عملية الترميز (خصوصا بين الجامع للبيانات والباحث).

✓ **ملاءمة البيانات:** متعلقة بعدم كفاية البيانات خصوصا إذا أساء الجامع للبيانات (القائم بالملاحظة أو بالمقابلة) فهم التعليمات.

■ تصنيف، تبويب البيانات وجدولتها:

✓ **تصنيف البيانات:**

عندما يشرع الباحث في تصميم أداة جمع البيانات (مقابلة مقننة أو استبيان أو...) يلجأ بالضرورة إلى تصنيف بنوده وأسئلته وإجاباتها المقترحة حتى يسهل له فيما بعد ترميز بياناته وتبويبها ومعالجتها إحصائيا، وحتى عندما يشرع الباحث في كتابة تقريره النهائي عليه أن يلتزم بتصنيف مادته على نحو يمكن من يطلع على البحث من تكوين فكرة شاملة عن خطواته ومن حيث الهدف والأساليب المنهجية والنتائج²⁸.

✓ **تبويب البيانات وجدولتها:**

إذا كانت عملية الترميز للبيانات تمثل خطوة أخيرة من خطوات إعداد البيانات للتحليل، لأنها تحول بيانات البحث إلى رموز، فإن هذه الرموز سواء كانت أوصافا

لفظية لفئات البيانات أو اختصارات أو حروف مثل (ن) للدلالة على نعم و(ل) للدلالة على لا أو كانت رموزا عددية تدل على فئات البيانات، فإن هذه الرموز تظل في حاجة إلى إحصائها أو حساب عددها في كل فئة، الأمر الذي لا يتحقق إلا من خلال معالجة هذه البيانات والاستعانة بوسيلة في تبويبها تمهيدا للتعبير عنها في صورة جداول، ومن هنا يمكن أن نميز بين عمليتي التبويب والجدولة كخطوات أساسية في تحليل البيانات، تلي عملية الإعداد للتحليل وتسبق عملية استخلاص النتائج.

✓ الجدولة بمعنى آخر:

يضع الباحثون ذوي الخبرة خطط لعملية الجدولة في نفس الوقت تقريبا الذي يقومون فيه بتصميم أدوات جمع البيانات واختيار العينة، أما الباحثون عديمي الخبرة فيندر أن يعنون هم أنفسهم بالتخطيط للجدولة حتى ينتهون من جميع بياناتهم، ويعتبر الجدول بمثابة أسلوب لعرض أو إظهار البيانات الرقمية المرتبة بأسلوب منسق في أعمدة لكل منها عنوان (رأسيا) و صفوف (أفقيا)، ويشير الجدول البسيط أو الأولي إلى حسابات بسيطة التكرارات التي حددت بها الفئات المختلفة في كل مجموعة من البيانات.. والأسلوب الذي يساعد على التعرف على الارتباط أو العلاقة بين خاصيتين أو متغيرين هو إعداد جداول مركبة وتعمل مثل هذه الجداول على تسهيل تجميع الحالات التي يحدث أن ترتبط ببعضها في اثنين أو أكثر من الفئات، ولتوضيح العلاقة بين الثلاث تغيرات (المهنة، الدخل، الخصوبة) نستعين بنوع من الجدولة تسمح بتقديم كل التدخلات المحتملة للفئات المتباينة لهذه التغيرات الثلاثة²⁹.

ثانيا: أساليب معالجة البيانات:

معالجة البيانات تستلزم استخدام أحد أدوات القياس الموضحة في الجدول أسفله:
جدول تقنيات البحث لقياس المهارات

التقنية	حجم الجمهور	عدد المؤشرات	صفة المؤشرات
الملاحظة	عشرات	عشرات	مغلقة
المقابلة	عشرات	اقل من عشرة	مغلقة/نصف مغلقة
الاستبيان	عشرات/مئات	عشرات	مغلقة/نصف مغلقة
المقياس	عشرات/مئات	عشرات	مغلقة بدائل ثابتة
سبر الآراء	الاف	عشرات	مغلقة/نصف مغلقة
الاستفتاء	عشرات الالاف	واحد	مغلقة
القياسات السوسيومترية	عشرات	عشرات	تقدير العلاقات الاجتماعية

▪ استخدام الأسئلة المفتوحة في التقنية: ✓ الأسئلة المفتوحة:

تتصف بها الاستمارة المفتوحة، وتحتوي أسئلة غير مقننة أو مقيدة بإجابات، وتحدد فيها الأسئلة وتصاغ بأسلوب مبسط سلس يمكن المبحوث من الإجابة على السؤال المطروح أو الأسئلة المطروحة بحرية مطلقة ويعبر عن آراءه دون تدخل من الباحث، وبذا يمكن أن يتحصل الباحث على بيانات قد لا تكون ضرورية، وفي غنى عنها، وقد تخرج عن الإطار المحدد للدراسة ومن هنا يواجه صعوبة عند تصنيف وترميز وتحليل بياناته، الأمر الذي يكلفه مجهودا مضاعفا عند عرض وتحليل البيانات، وعليه في هذه الحالة أن يقوم أولا بمراجعة إجابات الأسئلة المفتوحة جميعها وقراءتها قراءة جيدة ودقيقة، وأن يعيد قراءة الإجابات أكثر من مرة قراءة جيدة واستخلاص ما يناسب موضوع دراسته، واستبعاد الإجابات التي لا علاقة لها بموضوعه.

والنتيجة أن الأسئلة المفتوحة التي تتضمنها الاستمارة المفتوحة (غير المقننة) هي الأسئلة التي يجيب عليها المبحوث كما يتصور بما تتيحه له من فرصة في إعطاء توضيحات وشروح وتفاصيل يعتقد أنها ضرورية ومناسبة لإثبات صحة إجابته. تستخدم مفاهيمه الخاصة.

✓ الإجراءات المنهجية لتصنيف الأسئلة المفتوحة:

- ❖ مراجعة إجابات الأسئلة المفتوحة وقراءتها قراءة جيدة ومتأنية.
- ❖ تحديد الإجابات المتشابهة، وتصنيفها في فئات مستقلة عن غيرها.
- ❖ تصنيف الإجابات المفتوحة والمتعددة والمتنوعة والمتباينة مرة أخرى ووضعها في مقياس متعدد فقرات متضمنا عدة أجوبة فتتحول بموجبه الأسئلة المفتوحة إلى مغلقة.
- ❖ تجميع الإجابات المتماثلة في إطار فئات أو مشاهدات، أما التي لا توجد لها نقاط تشابه أو قواسم مشتركة تربطها مع غيرها من البيانات الواردة بالاستمارة ووضعها في مشاهدات مستقلة، أو استبعادها نهائيا.
- ❖ وضع أسس تصنيف بموجبها البيانات التي جمعت يداينا.
- ❖ تصنيف كل الإجابات ذات المضمون الواحد في فئات واحدة تكراريا حتى يمكن وضعها في جداول تكرارية³⁰.

▪ استخدام الأسئلة المغلقة في التقنية:

✓ الأسئلة المغلقة:

وتتصف بها الاستمارة المقفلة او المقننة، وهي التي تحتوي على اسئلة مقفلة النهايات تحدد اجابات المبحوث في اطار محدد سلفا مرتبط مباشرة بموضوع البحث، وفي حدود اهدافه ولا يجوز للمبحوث ان يعطى اجابات اضافية لا تلزم الباحث، بمعنى ان البحوث في هذه الحالة مقيد بسياق محدد مسبقا، ولا تعطى له حرية الاجابة وطرح تصورات، وآرائه حول الإجابة التي يتصورها عن الاسئلة، اي انه في حالة الاستمارة المقفلة توضع الأسئلة بصيغة تقيد المبحوث، وتصاغ الاسئلة صياغة دقيقة محكمة، وترتب ترتيبا منطقيًا، ومرتبطة بسلسلة من الاجوبة الممكنة والتي يطمح الباحث في الحصول عليها وتكون بدورها مرتبطة بعدد من الأبعاد أو المتغيرات الأساسية والعامّة للمشكلة وموضوع الدراسة، بمعنى أن الأسئلة المغلقة أو المقننة هي أسئلة موجهة تدفع المبحوث للإجابة في إطار اختياري من الإجابات المطروحة سلفا، فالأسئلة المقفلة سهلة التصنيف والتحليل ولا تكلف الباحث كثيرا من الجهد و العناء لأنها مصنفة تصنيفا مسبقا في هيئة متغيرات أو أبعاد، ومحددة الإجابات قبل نزول الباحث إلى الميدان، فمثلا إذا سؤل المبحوث عن مدى رضاه عن عمله أو مهنته فإن إجابته محددة و عليه الاختيار من الإجابات المعطاة له (راض، غير راض، راض إلى حد ما)، من المعتاد في البحوث الاجتماعية أن يبدي الباحث للمبحوث نوعا من المرونة، حيث يضمن الاستمارة نمطين من الأسئلة، والظاهر تصنف الأسئلة إلى:

❖ أسئلة تتعلق بوقائع ومواقف اعتيادية وتكون الإجابة عليها متوقعة، يمكن معرفة الإجابة عليها مبدئيا.

❖ أما أسئلة الآراء والاتجاهات والمواقف من بعض القضايا الاجتماعية أو السياسي، فهي بحاجة إلى دراسة مسبقة وتقصي سابق.

✓ الإجراءات المنهجية لتصنيف الأسئلة المغلقة:

في هذا النمط من الأسئلة لا يواجه الباحث صعوبة في ترميز وتصنيف بياناته لأنه قام بتصنيفها في المراحل الأولى لإعداد استمارة البيانات³¹.

▪ ترميز البيانات والإجراءات العملية لها:

✓ الترميز:

هو تبويب للبيانات بعد مراجعتها وتدقيقها (ترميز بعدي) ومعناه وضع رموز لإجابات المبحوثين.. أو المعروفة بالدلالة لدى الباحث، وقد يكون الرمز أرقاما أو حروفا، ووظيفته مساعدة الباحث في تصنيف بياناته في جداول إحصائية بسيطة أو مركبة تسهل عليه عرضها وتحليلها إحصائيا.. وهو إجراء فني يدوي ينجزه الباحث نفسه، والترميز إما يكون رقميا أو حرفيا أو حرفي رقمي.

إبراهيم محمد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 40.

إذا ترميز البيانات يمثل خطوة أخرى من خطوات الإعداد لتحليل البيانات، ويقصد به تحديد نوعية من الرموز التي عادة ما تأخذ شكل الأرقام وذلك على كل إجابة في

فئة محددة من فئات التصنيف، وهي عملية ضرورية تمهيدا لعملية الجدولة اللاحقة، ومن خلال عملية الترميز يمكن تحويل المادة الخام إلى رموز يسهل جدولتها وعددها آليا، وهي تنطوي على عملية تحكيم يصدرها القائم بعملية الترميز.

✓ مراحل الترميز:

❖ أن يطلب من المبحوثين أنفسهم تعيين رموز على إجاباتهم ومواقفهم (تحديد قيمة الأجر الشهري مثلا).

❖ القيام بالترميز أثناء عملية جمع البيانات (بوضع إجابات المفحوصين في فئات).

❖ وأخيرا القيام بالترميز عندما يجمع الباحث بينات خاصة ويشرع في تحديد الرموز الخاصة بها مثلا: ذكر 1 أنثى 2.. الخ³².

✓ الإجراءات العملية للترميز: يتبع الخطوات التالية:

❖ ترميز أو تصنيف البيانات وفقا لنظام تصنيفي معين يعتمد على متغيرات الدراسة.

❖ تحديد البيانات ذات الصلة المباشرة بموضوع الدراسة والبيانات الثانوية والبيانات غير ذات القيمة.

❖ ترميز البيانات وذلك بإعطاء البيانات إشارات أو علامات تبين درجة أهميتها للموضوع.. ثم وضعها في جداول بسيطة لكل منها مسمى خاص يميزه³³.

■ أنماط الترميز:

✓ الترميز الكيفي:

يستخدم لمعالجة البيانات الوصفية والتي مصدرها السجلات والوثائق التاريخية والمقابلات المباشرة.. ولا يستخدم فيها الباحث استمارة البيانات، وفي الأسئلة المفتوحة بغرض تحويلها إلى بيانات كمية حتى تسهل عملية تحليلها إحصائيا، وفي حالة الملاحظة المتصلة بوسائل الاتصال الجماهيري.. فالترميز الكيفي يعتمد على تحليل المضمون وهو يحتاج إلى جهد مضاعف لأجل مراجعة البيانات غير المصنفة ووضعها في مشاهدات متماثلة ومتباينة ليحدد أوجه التماثل والتباين ليتمكن من تصنيفها في فئات مصنفة مرتبطة بنظام تصنيفي معين، وخطواته كالآتي:

❖ تحديد الهدف من البيانات المجمعة، والوظيفة التي تؤديها في خدمة أغراض البحث وفائدتها للموضوع بشكل عام.

❖ التدقيق في وضع الأسئلة.. وتحديد مقاصدها والغرض منها والهدف الذي وضعت من أجله.

❖ تصنيف البيانات المجمعة في فئات ومشاهدات لها مؤشرات.

❖ التأكد من ثبات الترميز وذلك بمطابقة البيانات المصنفة في مشاهدات مع البيانات في صورتها الأولية السابقة للترميز.

✓ الترميز الكمي:

يعرف بأنه وضع البيانات في قيم رقمية أو مشاهدات أو فئات رقمية ذات مضامين وصفية أو نظرية ويساعد الترميز الكمي في ثبات البيانات ويبعدها عن أخطاء التأويل

والاحتمالية ويجعلها منظمة في فئات تصنيفية محددة بعيدة عن التعقيد فكلما اتبع الباحث نظاما تصنيفيا بسيطا لبياناته كانت متمتعة بدرجة عالية من الصدق والثبات³⁴.

دليل الترميز:

يلجأ الباحث إلى دليل الترميز ليسهل عملية إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي عند استخدام برنامج (spss) الذي يتطلب ضرورة اختصار وصف المتغيرات أي أن تكون البيانات المدخلة موجزة مختصرة أشد الاختصار، ويتم تحويل النصوص إلى أرقام أو حروف أو كلمات مكونة من عدة أحرف غير ذات معنى بالنسبة لغير الباحث أي يتعذر فهمها من قبل أي باحث آخر، فلا يفهمها إلا المرمز نفسه مثال ترميز بيانات تتعلق بالوضع الاجتماعي:³⁵

أعزب	ع(1)	متزوج	ت(2)
مطلق	ط(3)	أرمل	ر(4)

ثانيا: عمليات التفريغ في الجداول:

■ جدول تعريف المتغيرات:

يكتب الجدول وفقا لعدد الأسئلة الواردة بالاستمارة ويتألف من عدد من الأعمدة لا تتجاوز العشرة، وتتمثل في الآتي:

- ✓ العمود الأول: يخصص لرقم الاستمارة أو المبحوث (رقم مسلسل).
- ✓ العمود الثاني: يخصص لرقم السؤال.
- ✓ العمود الثالث: يخصص لاسم المتغير (معناه كتابة السؤال في صيغة مختصرة لا تزيد عن ثمانية حروف).
- ✓ العمود الرابع: يخصص لمساحة الفراغ (عدد الخانات التي تترك لاستيعاب قيم المتغير).
- ✓ العمود الخامس: يخصص لوصف المتغير (معناه كتابة نص السؤال كاملا).
- ✓ العمود السادس: يخصص لقيم المتغير (عدد الخانات الخاصة بالإجابات المحددة لقيم المتغير).
- ✓ العمود السابع: يخصص للقيم المفقودة.

وقبل إدخال البيانات باستخدام.. يجب مراعاة الآتي:

- ❖ الاعتماد علي دليل الترميز.
- ❖ إعداد جدول للبيانات يتم فيه تفريغ كل الإجابات (الدليل العام للبيانات).
- ❖ يتم إدخال البيانات الواردة بالجدول إلى الحاسوب تفاديا للأخطاء التي تحدث أثناء عملية الإدخال..

▪ تفريغ البيانات باستخدام الجداول الإحصائية:

✓ جداول البيانات التكرارية البسيطة:

تعرف بأنها عملية تصنيف أو ترتيب للبيانات تجميعها في شكل فئات ذات تكرارات محددة خاصة بمتغير واحد تبين عدد مرات الإجابة علي السؤال المطروح، وجداول التوزيعات التكرارية البسيطة لا تعطي الباحث معلومات كافية عن مدي أهمية تكرارات المتغير مالم يتم ربطها أو مقارنتها بعدد آخر من المتغيرات، بل تمثل نقطة البداية كما تعكس بعض المؤشرات عن المتغير المصنف في جدول بسيط، وفي هذا الإطار من الأهمية بمكان توضيح كيف يمكن إعداد الجدول التكراري البسيط..

الجدول عموما بسيط أو مركبة تتكون من:

- ❖ العنوان الرئيسي للجدول.
- ❖ الهيكل العام للجدول.. ويتكون من أعمدة.. وصفوف.
- ❖ الهامش إن وجد و يضع أسفل الجدول.
- ❖ المصدر.. إذا كان الجدول مقتبسا من مصدر آخر.
- ❖ لكل عمود عنوان... ينطبق على جميع مفرداته.

✓ جداول التوزيعات التكرارية التقاطعية:

إن الجدول التقاطعي هو جدول يستخدم لعرض عدد من الحالات (تكرارات) التي لها مجاميع مختلفة من قيم متغيرين مصنفين أو أكثر، ويمكن أن يرافق الجدول التقاطعي ملخصات إحصائية و اختبارات³⁶.

▪ تفريغ البيانات باستخدام الدليل العام للبيانات:

✓ التفريغ اليدوي للبيانات المجمعة:

عندما تكون مفردات العينة صغيرة والبيانات بسيطة وغير معقدة يمكن تفريغها يدويا، وفقا للخطوات التالية:

❖ **الخطوة الأولى:** يتم تقسيم الدليل العام للبيانات إلى أعمدة..

بيانات الدراسة مبوبة	البيانات الشخصية	رقم الاستمارة
----------------------	------------------	---------------

❖ الخطوة الثانية:

يبدأ التفريغ بنقل البيانات الخاصة بكل استمارة.. ويتم ذلك بوضع أرقام ترمز إلى النص الأصلي للسؤال أو للمتغيرات بأن يمكن الباحث في النهاية من اشتقاق جداول فرعية لكل سؤال أو متغير من متغيرات الدراسة سواء مركبة أو بسيطة.. ويمكن للباحث نقل الإجابات حرفيا إلى دليل البيانات أو بوضع رموز دالة (دليل ترميز يدوي) مثال ذلك:

الاختصار	صيغة المتغير (التصنيف)	اسم المتغير	رقم التسلسل
ذ	ذكر	النوع (الجنس)	01
أ	أنثى		

بالسنوات	حسب السنة	العمر	02
1ع	أعزب	الوضع الاجتماعي	03
2مت	متزوج		
3مط	مطلق		
4أر	أرمل	العلاقة برئيس العمل	04
1و	ودية		
2أ	أخوية		
3ظ	وظيفية		

✓ التفريغ الآلي للبيانات المجمعة:

إن أول خطوة في التفريغ الآلي للبيانات هي تحويل الأسئلة الى متغيرات يتم اعتبار كل سؤال او فقرة من أسئلة الاستمارة متغيرا مستقلا بذاته بغض النظر عن المتغيرات الأساسية والفعلية للبحث متغيرات مستقلة وتابعة وتسمى الاجابات بقيم المتغيرات³⁷.

ومن المعروف ان الاستبيان يحتوي علي اربعة أنماط من الأسئلة هي:
 ❖ الأسئلة المقفلة:

وتسمح للمبحوث اختيار إجابة واحدة او فقرة واحدة من فقرات الإجابة المعطيات فقط، فمثلا في السؤال الذي مفاده هل لديك أقارب في المدينة؟ (نعم) (لا) يفضل اختيار القيمة (0) لترمز إلي الإجابة ب (لا) والقيمة (1) لترمز للإجابة (نعم).

❖ الاسئلة متعددة الاجابات:

يسمح فيها للمبحوث باختيار أكثر من إجابة واحدة. في هذه الحالات تعتبر كل الفقرات الاجابة متغير مستقلة لذا يفضل انشاء متغيرات حسب فقرات الاجابة لان كل متغير يحتمل اجابتين (نعم) (لا) يرمز لهما بالرمز (1) لنعم و(0) ل لا بمعنى انه عند ادخال البيانات الخاصة بكل استمارة آليا يقو الباحث بوضع الاجابات لكل سؤال التي تمت الاجابة عليها.

❖ الاسئلة المفتوحة:

الطريقة الأولى: بنفس الاجراءات المتبعة في تصنيف الأسئلة المفتوحة التي سبق ذكرها.

الطريقة الثانية: إدخال البيانات الخاصة بكل سؤال على حدا مباشرة في الجهاز بعد ترميزها حيث تصنف كل إجابة علي حدا، وبدلا من إدخال الإجابة حرفيا.. بعد ظهور مربع الحوار على الشاشة يقوم الباحث بإدخال الرمز وكتابة وصف مختصر له.. يضغط على زر (ث) الموجود في مربع الحوار وهكذا.. وفي حالة تطابق الاجابة مع

إجابات تم إدخالها في السابق يتم ضغط ادخال الرمز فقط دون كتابة النص ولا الضغط على الزر .

أسئلة تحديد الأهمية: ويطلب فيها من الباحث وضع ترتيب للإجابات حسب أهميتها فمثلا في سؤال الانتماء الاجتماعي سئل المبحوث عن اي رابطة من الروابط التالية تفضل ان تنتمي اليها قبل غيرها ؟ (مرتبة حسب الأهمية).

في هذه الحالة يتم تحويل كل فقرة من فقرات المتغير الي فقرات مستقلة، ثم يعرف كل متغير علي حدة وتحديد قيمه ويتم وصفها وترميزها، وتصبح علي النحو التالي:

الاسرة: س1، س2، س3، س4، س5، س6.

القبيلة: ق1، ق2، ق3، ق4، ق5، ق6. هكذا بالنسبة لبقية الفقرات³⁸.

ثالثا: عمليات عرض وتفسير البيانات:

✓ التحليل الإحصائي للبيانات واستخلاص النتائج:

حسب بلقاسم سلاطينية وحسان جيلالي ينظر الى الترميز باعتباره وسيلة او طريقة في تلخيص اجابات كل مبحوث في العينة، و لكننا لا نعني في البحث في كل مبحوث فرد ، فأهداف البحث تزيد عن ذلك ونحن نريد أن نعرف أكثر من هذا ، فقد يكون لمبحوث معين استجابة للغاية تجاه نزع السلاح ولمبحوث آخر اتجاهات أخرى مغايرة نحو نفس القضية.

و الواقع أن البحوث موجهة عموما نحو توفير البيانات حول جمهور معين من المبحوثين سواء عينة منهم أو كل الذين توجه إليهم أسئلة إلى عينة مكونة من 1000 طالب جامعي يدرسون في مستوى الدراسات العليا سلسلة من التساؤلات لجمع معلومات تتعلق بعاداتهم الدراسية، وهكذا هذا يتجه نحو توفير معلومات حول جمهور طلاب الدراسات العليا، وعينة منهم بلغت 1000 طالب، وكخطوة أساسية وضرورية لتمييز هذا الجمهور، علينا أن نصف أو نلخص المعلومات المتعلقة بعاداتهم الدراسية والتي حصلنا عليها من هذه العينة، وتعتبر الجدولة جانب من هذه الخطوة هذا فضلا عن أنه ينبغي علينا أن نتحرى من ثبات النتائج العامة لهذا الجمهور التي توصلنا إليها من البيانات ، وهنا نجد أن الطرق الإحصائية لها فائدتها في إنجاز هذه الوظائف³⁹.

✓ تفسير النتائج:

إن الباحث الذي ينهي إجراءات بحثه بمجرد التوصل إلى نتيجة مضمونها أن الأفراد غير المتزوجين لديهم ميل أكبر للإقدام على الانتحار بمقارنتهم بالأفراد المتزوجين، لا يكون بذلك قد أنهى كافة التزاماته تجاه العلم، ذلك لأن هذه النتيجة العامة والتي توصل إليها ليست لها قيمة في حد ذاتها، فالباحث عليه أن يحاول بيان أن ملاحظاته لها صلوات أساسية معينة وتنطوي على عمليات تخفي في الأصل عن العين المجردة، بمعنى آخر على الباحث أن يوضح أن لملاحظاته معنا

آخر أكثر عمقا و اتساعا عما يبدو عليه على المستوى السطحي، وبالرجوع إلى المثال السابق ينبغي أن يكون الباحث قادرا على بيان ملاحظاته التي مضمونها "أن الأفراد غير المتزوجين لديهم ميلا كبيرا للإقدام على الانتحار من الأفراد المتزوجين" تعكس في الحقيقة علاقة أعمق بين التماسك الاجتماعي ومعدل الانتحار (نظرية دوركايم)، وفي اللحظة التي يكون فيها الباحث قادرا على الكشف عن العلاقات والعمليات التي تكمن وراء نتائجه الملموسة، فهو بإمكانه أن يقيم علاقات بين نتائجه هذه وبين غيرها من نتائج لبحوث أخرى.

وهكذا فإن وجهة البحث الأصلية أن يتخطى فيها وراء عملية جمع البيانات وتحليل هذه البيانات، إذ تتسع مهمته لتشمل عملية تفسير نتائج دراسته، وبإمكان الباحث من خلال عملية التفسير هذه أن يفهم الدلالة الحقيقية لنتائجه، بمعنى أنه يستطيع أن يقدر لماذا جاءت هذه النتائج على هذا النحو؟⁴⁰.

✓ عرض البيانات:

تعرض البيانات في الأشكال التالية:

- ❖ جداول بسيطة ومركبة.
- ❖ رسوم بيانية مختلفة (أعمدة، دوائر نسبية..).
- ❖ مخططات أو أشكال شارحة.
- ❖ يمكن إضافة صور خرائط.

مراجع المحاضرة.

- ¹- أبو نصر إسماعيل الجوهري: تاج اللغة وصحاح العربية، مرتب ترتيبا ألفبائيا وفق أوائل الحروف، دار الحديث، ب ط، القاهرة، 2009، ص 959.
- ²- أبو الفضل جمال الدين ابن منظور: لسان العرب، دار الفكر، ط1، ج8/185، بيروت، 2008، ص 183.
- ³- أبو حامد محمد بن مجد الغزالي (بتصرف): معيار العلم في فن المنطق، دار المعارف، مصر، 1961، ص 131.
- ⁴- أمين علي مجد سليمان (بتصرف): القياس والتقويم في العلوم الإنسانية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2010، ص 47.
- ⁵- عبد الوهاب خلاف علم أصول الفقه، دار القلم للنشر والتوزيع، ط8، المملكة العربية السعودية، ص 52.
- ⁶- سعد عبد الرحمن (بتصرف): القياس النفسي النظرية والتطبيق، هبة النيل للنشر والتوزيع، ط5، القاهرة، 2008، ص 18.
- ⁷- زغدودة ذياب مروش: القياس وقضاياها عند مجد الخضر حسين الجزائري من خلال كتابه "القياس في اللغة العربية"، مجلة الاثر، المجلد 15، العدد 26، ص 183.
- ⁸- موقع المرسال على النت: تعريف وطرق وتصنيفات علم القياس، 2023/01/20، الساعة 19.53 مساء. <https://www.almrsal.com/post/572511>
- ⁹- موقع المرسال على النت: تعريف وطرق وتصنيفات علم القياس، 2023/01/20، الساعة 19.53 مساء. <https://www.almrsal.com/post/572511>
- ¹⁰- منال هلال مزاهرة: العلاقات الدولية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2015، ص 218.
- ¹¹- منال هلال مزاهرة: العلاقات الدولية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2015، ص 218.

- ¹² - منال هلال مزاهرة: العلاقات الدولية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ب ط، عمان، 2015، ص 218.
- ¹³ - مركز مؤشر للاستطلاع والتحليلات: طرائق وأدوات القياس، 2023/01/20، الساعة 21.30 ليلا.
<https://indexpolls.de/%D8%A3%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%B3/>
- ¹⁴ - العبيدي محمد جاسم: القياس النفسي والاختبارات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 2011، ص 15.
- ¹⁵ - بوخلخال عبد العزيز نقلا عن ثابت عبد الرحمن إدريس: إبراز دور الاستقصاء بسبر الآراء كأداة لقياس جودة أداء المؤسسة الخدمية، الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص 16.
- ¹⁶ - بوخلخال عبد العزيز نقلا عن ثابت عبد الرحمن إدريس: إبراز دور الاستقصاء بسبر الآراء كأداة لقياس جودة أداء المؤسسة الخدمية، الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007/2006، ص 16.
- ¹⁷ - أحمد شوقي: الاستفتاء في البحث العلمي (أنواعه-أهميته-المميزات والعيوب) ، شبكة المعلومات العربية (مكتبتك) ، 2023/01/20، الساعة 21.22 ليلا.
<https://www.maktabtk.com/blog/post/1198/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%81%D8%AA%D8%A7%D8%A1-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A.html>
- ¹⁸ - يوسف بريك: القياس الاجتماعي، الموسوعة العربية على النت.
<http://arab-ency.com.sy/ency/details/8957/15>
- ¹⁹ - عصمت تحسين عبد الكريم: علم الاجتماع المعاصر، الجندارية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص 79.
- ²⁰ - مأمون طرية: تقنيات البحث الخاصة في علم النفس الاجتماعي، دار النهضة العربية، ط1، بيروت/لبنان، 2014، ص 185.
- ²¹ - غريب محمد السيد أحمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1983، ص 137.
- ²² - يوسف بريك: القياس الاجتماعي، الموسوعة العربية على النت.
<http://arab-ency.com.sy/ency/details/8957/15>
- ²³ - يوسف بريك: القياس الاجتماعي، الموسوعة العربية على النت.
<http://arab-ency.com.sy/ency/details/8957/15>
- ²⁴ - أندرياس بلوم واخرون: كيفية تحديد المهارات الرقمية وقياسها، وتقييمها، مدونات البنك الدولي على النت، 2023/01/20، الساعة 20.59 ليلا.
<https://blogs.worldbank.org/ar/arabvoices/how-define-measure-and-assess-digital-skills-0>
- ²⁵ - أندرياس بلوم واخرون: كيفية تحديد المهارات الرقمية وقياسها، وتقييمها، مدونات البنك الدولي على النت، 2023/01/20، الساعة 20.59 ليلا.
<https://blogs.worldbank.org/ar/arabvoices/how-define-measure-and-assess-digital-skills-0>
- ²⁶ - سلاطينة بلقاسم وجيلالي حسان: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س، ص 161/160.
- ²⁷ - سلاطينة بلقاسم وجيلالي حسان: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س، ص 161/160.

- ²⁸ - سلاطينة بلقاسم وجيلالي حسان: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س، ص 162 الى 164.
- ²⁹ - سلاطينة بلقاسم وجيلالي حسان: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س، ص 167/166.
- ³⁰ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 31 الى 40.
- ³¹ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 31 الى 40.
- ³² - سلاطينة بلقاسم وجيلالي حسان: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س، ص 166/165.
- ³³ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 48.
- ³⁴ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 45 الى 47.
- ³⁵ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 49/48.
- ³⁶ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 58 الى 70.
- ³⁷ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 51 الى 54.
- ³⁸ - إبراهيم مجد المختار: أسس تحليل البيانات في علم الاجتماع، ط1، القاهرة، مصر، 2005، ص 55 الى 58.
- ³⁹ - سلاطينة بلقاسم وجيلالي حسان: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س، ص 168/167.
- ⁴⁰ - سلاطينة بلقاسم وجيلالي حسان: أسس البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ب س، ص 169/168.

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الثاني: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الثانية: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (02)

الهدف من المحاضرة: رصد لحالة قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة وفق معايير محمد الجوادي

المحاضرة الرابعة: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (02):

- مدخل مفاهيمي.
- معيار الفاعلية.
- معيار الفعالية.
- معيار الكفاءة.
- معيار الموثوقية.
- مراجع المحاضرة.

مدخل مفاهيمي:

في الجدول اسفل اختصارات لماهية كل من الفاعلية الفعالية الكفاءة الموثوقية:

لأي برنامج عمل أربعة مقاييس اختبارية وهي (مجد الجوادي):			
الموثوقية:	الكفاءة:	الفاعلية:	الفاعلية:
بمعنى مدى اعتماد البرنامج على مصادر ومراجع ودراسات ورواسب معرفية او عملية حقيقية لا تتأثر بمدخلات نقد بسيطة وسطحية.	بمعنى الطريقة الأصح للإنجاز ضمن الأطر الزمنية المحددة.	بمعنى عامل الوقت، وأي برنامج عمل غير محاط ببرنامج زمني مضبوط ومحدد قد يكون مآله الفشل الذريع.	بمعنى عامل الانجاز أو اخراج الفكرة من دائرة التفكير الى دائرة التدوير.

ان أخصائيو العلاقات العامة هم خريجون تخصص العلاقات العامة الذين يمتلكون مهارات ومعرفة تقنية تكنولوجية وإعلامية، ويحملون مسميات مختلفة مثل: إحصائي اتصالات، إحصائي شؤون عامة، إحصائي إعلامي، حين يتزود كل منهم بشهادة في العلاقات العامة ومهارات الاتصال والترويج القوية اللازمة لإدارة سمعة العملاء المهمين والتأثير على الرأي الإعلامي، وبناء العلاقات العامة الاحترافية والعمل جنباً إلى جنب مع الصحافة¹.

معيار الفاعلية:

اولاً: الفاعلية لغةً:

الفاعلُ: العاملُ، القادرُ، والفاعلية: وصف كل ما هو فاعل².
تعرف الفاعلية في اللغة بأنها مقدرة الشيء على التأثير³.

ثانياً: الفاعلية اصطلاحاً:

تعرف الفاعلية بكل بساطة بأنها أداء الأعمال الصحيحة **To Do The Right Things**. وتشتمل الفاعلية على عدة معايير، أهمها:
تحقيق الأهداف حيث تقاس فاعلية المدير المنظمة بمدى تحقيق الأهداف المنشودة⁴.

عبر الفيلسوف الألماني (فريدريك نيتشة) (Friedrich Nietsohe) عام 1844-1900 عن "مفهوم الفاعلية بمفهومه الشهير (إرادة القوة) التي رأى أنها أكثر الدوافع

الإنسانية الأساسية وما يريده الفرد فوق كل شيء آخر، وإن الفرد يسمو حين يتغلب على ضروب الخذلان التي تكتنف حالته الحاضرة"⁵.

ثالثا: شروط نجاح الفاعلية عموما:

- تحقيق الأهداف المنشودة للمؤسسة.
- توفير الموارد اللازمة لتحقيق الأهداف.
- أن تكون عملية الإنتاج سهلة، وبالوقت نفسه يجب أن تكون مُنظمة بشكل دقيق، كما يجب أن تُحقق الرضا الوظيفي لجميع العاملين.
- تحقيق الرضا للمستفيدين من هذه المؤسسة والذين تربطهم علاقات بالمؤسسة، وخاصة إن كانت تعتمد في بعض أعمالها عليها، وتربطهما مصلحة مُشتركة.

يدرك الناس فاعليتهم على أساس تطويرها بأربعة مصادر رئيسة، وإن أهم طريقة مؤثرة لخلق الشعور القوي للفاعلية هو من خلال السيطرة على التجارب ومتغيرات الحياة وهذه المصادر هي:

- التجارب والنجاحات.
- التجارب البديلة المأخوذة من النماذج.
- الاقناع اللفظي.
- الاستثارة الفسيولوجية⁶.

رابعا: اين الفاعلية من العلاقات العامة:

إن عبارة ما سبق ذكره يسمى فكرا تنظيميا ويسمى فاعلية التنظيم، ومنه نقول إن: الفاعلية التنظيمية هي القدرة المنظمة على توفير الموارد المختلفة واستخدامها لتحقيق أهداف محددة ومقارنة الوسائل بالأهداف بكفاءة⁷.

ويمكن القول كذلك أن الفاعلية التنظيمية تتمظهر من خلال استعداد وطاقه المؤسسة في الاستغلال الأفضل للموارد المتاحة لها ويمكن التعبير عنها بالإنتاجية، وكذلك ترتبط بتقييم التحكم بمؤسسة في العمليات من ناحية تقنية واقتصادية⁸.

وهنا وجب التذكير انه تعد العلاقات العامة بمفهومها الحديث من الوظائف الادارية ذات الاهمية الكبيرة التي افرزتها تطورات العصر الحديث مثل التقدم العلمي والتكنولوجي، وغيري ذلك من العوامل الاخرى، بحيث اصبحت العلاقات العامة توفر اساليب ووسائل اتصالية مناسبة لكل القطاعات والفئات المعنية والمستهدفة من عمل العلاقات العامة، لذلك فان العلاقات العامة أساليب ووسائل وتقنيات واهداف ما تزال تشهد تطورات وتعديلات عديدة لتستطيع مواكبة التطورات الكبيرة في العلم، وفي التكنولوجيا، وفي الوعي، والتعليم وغير ذلك من التطورات⁹.

- وهناك عدد من العوامل التي أدت إلى إبراز أهمية العلاقات العامة وازدياد اهتمام الإدارة بها، ويمكن أجمال هذه العوامل على النحو التالي:
- تزايد تعقد هيكل الصناعة، وزيادة ابتعادها عن الاتصال المباشر بجماهيرها.
 - ظهور شبكة واسعة ومعقدة من وسائل الاتصال بالجماهير.
 - ظهور المنشآت الكبيرة بمالها من مصالح وما يترتب عليها من نتائج.
 - ظهور التنافس بين المنشآت وازدياد حدته مما ساعد على فرض احترام أكبر للرأي العام، وحاجة أشد إلى التأييد الجماهيري.
 - زيادة الطلب على المعلومات والحقائق والبيانات من جانب أفراد الجمهور نتيجة لانتشار التعليم والمعرفة¹⁰.

رابعاً: اين الفاعلية من مهارة الاتصال:

الفاعلية اساسا ترتبط بالذات ووجب ان نشير هنا الى ان هناك ثلاثة أبعاد لفاعلية الذات تختلف معتقدات الفرد عن فعاليته الذاتية وفقاً لها هي:

- **قدر الفاعلية:** وتشير الى مستوى قوة دوافع الفرد للأداء في المجالات والمواقف المختلفة.
- **العمومية:** وتشير إلى انتقال فاعلية الذات من موقف ما إلى مواقف مشابهة.
- **القوة أو الشدة:** وتعني قدرة اعتقاد الفرد أو شدته بأن بإمكانه أداء المهام أو الأنشطة موضوع القياس¹¹.

وفي سياق تابع نقول ان فاعلية المهارة الاتصالية في العلاقات العامة هنا كما سبق وذكرنا ترتبط بعامل التركيز على المدخلات والمخرجات، او لنقل مهارة الاتصال في العلاقات العامة كاطار عام لها دور ووزن يؤثر على وجودية المؤسسة ذاتها لا العلاقات العامة فقط، ولذلك يؤخذ بعين الاعتبار:

▪ مهارات البحث:

بمعنى المعرفة الدقيقة للمشكلة وتحديدها وفرزها.

▪ مهارات التخطيط:

بمعنى المعرفة الدقيقة لمعطيات الاستراتيجية وهي: الخطط + الرزنامة + المقدرات اللوجستية (الإمكانات والوسائل الاتصالية منها بالخصوص) + الفاعلين.

▪ مهارات التقييم.

بمعنى المعرفة الدقيقة لآليات التقييم وطرقه وأساليبه وادواته.

بمعنى اخر:

- تعرف على المشكلة.
- تعرف على جمهورك.
- خطط لحملتك بدقة.
- اصنع رسالة مقنعة.

- روج مع جذب انتباه وسائل الإعلام.
- قيم.
- وثق.

معيّار الفعالية:

أولاً: الفعالية لغةً:

مصدر صناعيّ من فعّال: نشاط وقوة تأثير. هو مقياس لكون الأهداف الخاصة بعملية أو خدمة أو نشاط ما قد تحققت أولاً¹².

ثانياً: الفعالية اصطلاحاً:

أورد الباحثون في حقل الادارة والتنظيم العديد من التعريفات للفعالية يصب أغلبها في مدى تحقيق الأهداف المرجوة بأقل تكلفة ممكنة، حيث عرفها Rosenzweig بأنها قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف من خلال زيادة نواتجها وأرباحها، وتحقيق رضا عملائها والعاملين فيها، كما تعتبر ايضاً محصلة تفاعل مكونات الأداء الكلي للمؤسسة، بما يحتويه من أنشطة فنية وإدارية ووظيفية¹³.

الفعالية حسب سنوسي علي نقلا عن أمين فؤاد الضرغامي هي قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها، كما فرق بين الكفاءة والفعالية وأشار الى أن الكفاءة تقاس من خلال الموارد المستخدمة لإنتاج وحدة واحدة من المخرجات¹⁴.

ولكن الاقرب للواقع الفعالية هي ما يرتبط بمكانة المؤسسة في واقعها، ففعالية مؤسسة اقتصادية يرتبط بمكانتها الاقتصادية، وفعالية مؤسسة تربوية يرتبط بمكانتها الثقافية والاجتماعية هكذا.

ثالثاً: شروط نجاح الفعالية عموماً:

عموماً ومن خلال قياس الفعالية يمكن القول بأنها رهينة لمدى وقوعها في الفضاء التنظيمي وهنا وجب القول بأن المنظمة وباستخدامها كل ما هو متاح تحاول الوصول إلى أقصى نتائج الفعالية، وفي هذا الشأن وجب تحديد أهم النقاط التي من خلالها نقيس ونعاير جدوى الفعالية في المنظمة:

▪ توفر الوسائل الفعالة:

الوسائل هي العنصر الرئيس الذي من خلاله تنشط المنظمة وتتفاعل مع محيطها، ويتمثل الوسائل كل من أدوات التواصل والإنتاج، سواء كانت يدوية، ميكانيكية، كهربائية أو رقمية.

■ توفر الكفاءات الوظيفية الفعالة:

وهنا نتكلم عن عنصر الفاعل التنظيمي، الذي كلما كان فعالا في مهامه أدى إلى فعالية الأداء الإنتاجي للمنظمة، على أننا نحدد هنا أربع أنواع من الفاعلين في المنظمة:

المسؤولون: على سبيل المثال المدير والمسؤولون في مؤسسة.
الإداريون: وهو من توكل إليهم المهام الإدارية على مختلف أنواعها.
الموظفون: خصوصا في المؤسسات ذات الطابع الإنتاجي المادي.
القادة: وهم فئة تتراوح ما بين المسؤولين والإداريين والموظفين تنطبق عليهم خصائص القادة، وفاعليتهم مرهونة بعدة عوامل وأسباب.

■ توفر استراتيجية عمل الفعالة:

لا شك أن الإنتاجية المرتبطة بالمنظمة لا تتوقف على الفاعلين والوسائل فقط بل تقتضي توفر حزمة من المعطيات ذات الطابع التجريدي تسمى الاستراتيجيات، وهي روح المنظمة وسر كينونتها وبقائها وبروزها، ولنقل بكل صراحة الوسائل والفاعلين الوظيفيين لا تكفي لإنشاء منظمة أو سيرورة نشاطها بالأساس فضلا أن تكفي في قضية الإنتاج، ان الاستراتيجية الفعالة يعني الاستراتيجية المنتجة، ويمكن في هذا السياق أن نسميها بالاستراتيجية الحية، اذ هي حقيقة استراتيجية تتماشى مع الواقع والجديد من نظم وتكنولوجيا وموارد وتكوين وما إلى ذلك من معطيات ضرورية في بناء الاستراتيجيات، وهنا يجب ان نشير إلى عنصر هام يجعل الاستراتيجية حية وهو عنصر المرونة، بمعنى الاستراتيجية التي يمكنها أن تتكيف مع مختلف الأوضاع الزمنية والاجتماعية.

رابعا: اين الفعالية من العلاقات العامة:

نجاح الفعالية في العلاقات العامة في المؤسسة يرتبط بـ:

■ البعد الاتصالي:

فالاتصال الفعال الذي يجب أن يتضمن التنظيم الأمثل في المنظمة شبكة اتصالات واضحة وفعالة تكفل تدفق المعلومات من أدنى مراتب التنظيم إلى المستويات العليا فيه وبالعكس، وذلك بسرعة فائقة ودون عوائق¹⁵.

■ البعد التنظيمي:

حيث ان الفعالية التنظيمية تتحدد في العناصر التالية:

- ✓ مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الاهداف المسطرة.
- ✓ قدرة المؤسسة على البقاء والاستمرار في التكيف مع بيئتها.
- ✓ الاستخدام الفعال والامثل للوسائل المتاحة¹⁶.

خامسا: اين الفعالية من مهارة الاتصال:

ان فعالية المهارة الاتصالية في العلاقات العامة هنا كما سبق وذكرنا ترتبط بعامل الاسلوب المؤدي لأفضل النتائج، او لنقل مهارة الاتصال في العلاقات العامة من زاوية نجاعتها، مثال ذلك:

▪ فعالية مهارات اتصالية ذات طابع تنظيمي قيادي: ✓ مهارات التنفيذ:

وهي المرحلة ما قبل التقييم والتي تعنى أو هي منوطة بالقيام وتنفيذ الاستراتيجية المراد تطبيقها حتى تتحقق الأهداف، ومهارة التنفيذ هنا تنجح بأقل الأخطاء وهي معيار حقيقي لمهارة الاتصال في العلاقات العامة، وبالتالي هي مؤشر حقيقي على جدارة رجل العلاقات العامة وكفاءته، وقياس هذه المهارة اتصاليا يتم من خلال الإجابة على ثلاثة أسئلة تقنية هامة: وهي كيف سيتم التنفيذ؟.. ومتى يبدأ التنفيذ؟.. وما هي المدة اللازمة للتنفيذ؟.. ويمكن اضافة حزمة أسئلة أخرى لمزيد التقييم والضبط، ومن أمثلة هذا الأسئلة: ماهي أهم وسائل التنفيذ؟.. من سيقوم بتنفيذ الاستراتيجية؟..

✓ مهارات اتخاذ القرارات:

في الحقيقة مهارة اتخاذ القرار تبرز وبقوة في حال الأزمات، فاتخاذ القرار أوقات السيرورة الطبيعية لنشاط المنظمة لا يعتبر ذا قيمة مقارنة باتخاذ القرار حال الأزمة، وعملية اتخاذ القرار هنا فن ومهارة يمكن أن تكون مزيجا بين مكونين رئيسيين يرتبطان بالفعل التنظيمي وهما الحدس و التحليل حيث أن:

❖ اتخاذ القرار بشكل حدسي ينبني على جانب اللاوعي لدى رجل العلاقات العامة.

❖ اتخاذ القرار بشكل تحليلي ينبني على جانب الوعي لدى رجل العلاقات العامة.

يتساند هذين العنصرين لحل المشكلات الطارئة منها بالخصوص، واتخاذ القرارات بناء على سبق ذكره يعني تلکم الإجراءات التي تعتمد على الأفكار المستنبطة من فضاء المشكلات ذاتها، فهو ينطلق منها ليحلها، وهنا تعتبر عملية حل المشكلات العملية التحليلية التي تُستخدم للوقوف على العناصر الممكنة للموقف المطروح، أما اتخاذ القرارات فهو المنطلق الرئيسي للولوج إلى المشكلة وتفكيك مادتها وحلها أخيرا، أما قياس القرار فمرهون بجدوى حزمة فعالية نتائجه على المنظمة.

▪ فعالية مهارات اتصالية ذات طابع تنظيمي وظيفي: ✓ مهارات التنظيم:

رجل العلاقات العامة غير المنظم لا يمكن أن ينجح في أداء مهامه، والجدير بالذكر أن التنظيم روح المنظمة وأصل تسميتها، ومعيار التنظيم هنا لدى رجل العلاقات العامة مرتبط بعنصرين هامين وهما:

❖ المعيار المرتبط بالنشاطات الطبيعية: ومفاده الجدولة الفعالة لنشاطات

العلاقات العامة الإدارية والإعلامية في ضوء السيرورة الطبيعية لإدارة أو مكتب

العلاقات العامة حيث تتمظهر من خلال مواعيد الحضور والغياب وتنظيم وجدولة الفعاليات المختلفة من ندوات وأيام مفتوحة و اجتماعات و لقاءات دورية و..، وترتيب الملفات يدويا ورقميا و...

❖ **المعيار المرتبط بالنشاطات الطارئة:** ومفاده الجدولة الفعالة لنشاطات العلاقات العامة الإدارية والإعلامية في أوقات الأزمات في ضوء السيورة الأزماتية لإدارة أو مكتب العلاقات العامة حيث تتمظهر من خلال تنظيم وجدولة الفعاليات المختلفة من مؤتمرات صحفية واجتماعات و لقاءات طارئة و...

▪ **فعالية مهارات اتصالية ذات طابع تنظيمي تكنولوجي:**
✓ **المهارات التقنية:**

تتمظهر هذه المهارات من خلال التحكم والسيطرة على التقنيات الحديثة، أو التكنولوجيات الرقمية بمختلف وسائلها ووسائطها، ويمكن تقسيم هذه المهارة إلى ثلاث أشكال:

❖ **المهارات التقنية المتعلقة بالكفاءة في المعالجة:** ومعناه البراعة في استخدام مختلف الوسائل التكنولوجية ومعرفة طرق وآليات معالجتها للبيانات النصية والمبنية على الأرقام وحتى الصور الثابتة والمتحركة، اذ لا يعقل من رجل علاقات عامة أنه لا يحسن استخدام الهاتف او الحاسوب او ما شابه.

❖ **المهارات التقنية المتعلقة بالكفاءة في العرض:** ومعناه البراعة في استخدام مختلف الوسائل التكنولوجية المرتبطة بالعرض، ونقصد هنا اي وسيلة للإيضاح او التقديم او... وهي الوسائل الصوتية و العارضة للصور ثابتة ومتحركة.

▪ **فعالية مهارات اتصالية ذات طابع تنظيمي تواصلي:**
✓ **مهارات التواصل:**

ومفتاح تعلم أية مهارة معقدة سواء أكانت لعبة رياضية أم اتصالاً بالمرضى هو تجزئة المهارة المعقدة إلى الأجزاء التي تتألف منها، فنحن غالباً ما نقول: أنظر، «إنها جيدة مع المرضى» أو «أن لديه أسلوباً لطيفاً حقاً» حيث يبدو كل شيء سهلاً. ومن دون أن نحدد ما الذي فعله بالضبط لا يمكن أن نحدد المهارات ونقاط القوة. لذلك نحتاج إلى تحديد المهارات الفعلية التي استعملت وأن نمارس المكونات الفردية ثم نعيد ترتيبها سوية لتصبح كياناً واحداً غير قابل للتجزئة كما شاهدنا. ولا نتوقع أن نتعلم لعبة التنس بمراقبة مباراة عالية المستوى ونقول «والآن بعد أن شاهدت لعبة تنس عظيمه فلأمارس شيئاً منها» لذلك نحتاج أن نركّز على سلسلة مهارات معينة تؤلف الكيان الكلي ليس مجرد تكوين فكرة عامة لتحسين الاتصال، وهذا ينبغي أن يكون بتفصيلٍ وافٍ. فمدرب التنس يذكّرنا أن تحسين قوة الذراع لا يكفي أن يكون اللاعب ماهراً، بل ربما لم يمسك بالمضرب بالزاوية المطلوبة أو أن وقفته في الساحة لم تكن الخيار الأمثل، وقد لا نعرف إذا كانت هذه المهارات الفردية قد أدخلت ضمن منهج التدريب للمتدرب على لعبة التنس أم لا¹⁷.

✓ مهارات التفويض:

هو اجراء يعهد بمقتضاه صاحب الاختصاص نقل جانب أو بعض من اختصاصه، سواء في مسألة معينة أو في نوع من المسائل إلى فرد آخر أو سلطة أخرى¹⁸. ويمكن قياس الفعالية من خلال قانونها التالي:
قانون الفعالية حسب كل إيمان بوعافية وعبد الله قلش (منقولاً) هو¹⁹:
الفعالية = المخرجات المتحققة ÷ المخرجات المخططة

معييار الكفاءة:

اولا: الكفاءة لغةً:

هو مقياس لمدى استخدام القدر الصحيح من الموارد لتوصيل عملية أو خدمة أو نشاط ما، و العملية الكفاء تحقق أهدافها بأقل قدر ممكن من الوقت والمال والبشر وغيرها من الموارد²⁰.

ثانيا: الكفاءة اصطلاحا:

في واقع الأمر ترتبط الكفاءة بالوعي أو ما يسميها علي شريعتي بالنباهة، بمعنى آخر هي ترتبط بالدراية، حيث أن الدراية هي أساس للكفاءة حيث تمثل مزيجا تطوريا من التجارب والقيم والمعلومات والخبرات التي تشكل بدورها إطارا لتقييم وإدماج تجارب ومعلومات جديدة²¹.

القدرة على تعبئة ومزج وتنسيق الموارد في إطار عملية محددة، بغرض بلوغ نتيجة محددة وتكون معترفا بها وقابلة للتقييم، كما يمكنها أن تكون فردية أو جماعية²². من زاوية تنظيمية هي القدرة على استغلال الموارد استغلالا صحيحا لتحقيق الأهداف، عن طريق القيام بالعمل بأفضل طريقة ممكنة من حيث العائد أو التكلفة أو الوقت²³.

ومن زاوية المنظور الوظيفي السلوكي المعرفي تعرف المجموعة المهنية الفرنسية MEDEF الكفاءة بأنها: "تركيبية من المعارف والمهارات والخبرة والسلوك التي تمارس في إطار محدد، وتتم ملاحظتها من خلال العمل الميداني والذي يعطي لها صفة القبول، ومن ثم يتعين على المؤسسة تحديدها وتقويمها وقبولها وتطويرها"²⁴.

وتعرف الكفاءة بانها أداء الأعمال بطريقة صحيحة **To Do Things Right**. وتشير الكفاءة إلى العلاقة بين الموارد والنتائج، وترتبط بمسألة ما هو مقدار المدخلات من المواد الخام والأموال والناس اللازمة لتحقيق مستوى معين من المخرجات أو الهدف المنشود، وتعني الكفاءة تحقيق أعلى منفعة من خلال استخدام الموارد المخطط لها²⁵.

وفي الجانب الوظيفي دائما يمكن تحديد نوعين هامين من الكفاءة داخل فضاء المنظمة، نذكر منها:

■ الكفاءة الفردية:

تنطلق من مجموعة خصائص للسماح للفرد بالتأقلم، حيث لا يمكننا الحكم على شخص معين أنه كفاء بصورة عفوية، بل يكون كذلك في إطار وظيفة معينة تستلزم مجموعة صفات وخصائص متعلقة بمنصب عمل معين²⁶. وبالتالي يمكن القول بأن الكفاءة الفردية هي عبارة عن حزمة خصائص ومعطيات عملية وقدرات ذهنية وسلوكية يمتاز بها الفرد عن غيره داخل المنظمة، وتتمظهر تلكم الكفاء من خلال ما يسمى بالإبداعية، هذه الكفاءة يتم رصدها وتقييمها وقياسها من خلال بعض الأساليب الفنية أو التقنية المعروفة.

■ الكفاءة الجماعية:

هي المعارف والمهارات الضمنية والصريحة التي تنتج عن تفاعل مجموعة من الأفراد ينتمون لنفس المهنة أو إلى مهن مختلفة²⁷. هي معارف ومهارات ضمنية (مشتركة ومتكاملة) وكذلك عمليات تبادل غير رسمية يتم تدعيمها بطريقة تضامنية والتي تساعد جماعة العمل على تنسيق أعمالها وتحقيق نتيجة مشتركة أو بناء مشترك للحلول²⁸. ويمكن من خلال ما سبق توصيف الكفاء الجماعية بتلكم الكفاءة داخل المنظمة والتي تتم من خلال التشارك أو التواصل في أطر رسمية أو غير رسمية، بشكل علني أو ضمني، يسميها البعض بالفريق، أو المجموعة، ولكن المهم أنها تحدد مدى قوة أو حضور المنظمة في فضائها، ويعتقد أنه يتم تقييم هذه الكفاءة من خلال المجتمع، ولكن يمكن تقييمها من خلال أدوات البحث المعروفة والمذكورة في المحاضرة السابقة.

وقانون الكفاءة حسب كل إيمان بوعافية وعبد الله قلش (منقولا) هو²⁹:

$$\text{الكفاءة} = \frac{\text{المخرجات الفعلية}}{\text{المدخلات الفعلية}} \times 100$$

ثالثا: شروط نجاح الكفاءة عموما:

لنجاح أي كفاء يجب مراعاة ما يلي من عناصر ضرورية لوصول الكفاءة إلى الجودة المطلوبة.

✓ التكوين الجيد:

لا كفاءة دون تكوين، بل هي أحد أهم شروط الكفاءة المبدئية والغير قابلة للتفاوض، فالتكوين يشكل المادة الأساسية لبناء الكفاءة وظهورها في الفضاء التنظيمي، ولا نقصد هنا التكوين بمعناها الأكاديمي فقط، بل بمعناها السلوكي الاجتماعي كذلك، وهذا الأمر يتطلب النباهة والفتنة والذكاء، والإرادة.

✓ أعمال الرسكلة والتطوير الدوري:

وهو ما يعني التطوير الدوري لكفاءة ما يعني أنها شرط آخر من شروط الكفاءة الإلزامية، خصوصا في الجانب التقني، إذ لا يخفى على الجميع ما يشهده العالم من

تطور تقني لحظي، ما يلقي بظلاله على مهام رجل العلاقات العامة، وهنا التطوير لا يأتي من باب الندبة بل من باب الضرورة الملحة ليس فقط لبقاء المنظمة في فضائها بل لتطورها وصمودها في ظل منافسة شرسة.

✓ المبادرة:

عامل من عوامل تمظهر الكفاءة وحتى تنجح الكفاءة وجب حضور هذا العامل وبشكل ملفت، لا كفاءة بدون مبادرة، خصوصاً في ظل ما يسمى بدمقرطة الإدارة.

✓ الإبداع:

عامل آخر تتمظهر من خلاله الكفاءة، فالإبداع هو العامل أو العنصر الذي يغذي مادة الإقناع في اتجاه الجمهور الداخلي أو الخارجي على حد سواء.

خامساً: اين الكفاءة من مهارة الاتصال:

يعد التدريب الاجتماعي والنفسي (SPT) إحدى وسائل تطوير الكفاءة التواصلية، هذا الاتجاه العلمي والعملي الجديد نسبياً لعلم النفس يتلقى حالياً تطويراً مكثفياً كجزء لا يتجزأ ومهم من نظام الخدمة النفسية، مع كل الأشكال المتنوعة المحددة لـ SPT، تتمتع جميعها بميزة موحدة إنها وسيلة تأثير تهدف إلى تطوير معرفة ومهارات وخبرات معينة في مجال التواصل بين الأشخاص، يمكننا أن نقول ذلك من الناحية النفسية، وهذا يعني ما يلي:

- تنمية نظام المهارات ومهارات الاتصال.
 - تصحيح النظام الحالي للتواصل بين الأشخاص.
 - خلق المتطلبات الشخصية للتواصل الناجح³⁰.
- ومن مدلولات الكفاءة المرتبطة بالمهارة الاتصالية:
- الكفاءة اللغوية (اللغة كعنصر ثقافي، اللغة كنحو وصرف وبلاغة، اللغة كرموز تميز انواع العلوم..).
 - كفاءة استخدام وسائل الاتصال (هاتف، حاسوب..).
 - كفاءة استخدام وسائط الاتصال (بريد الكتروني، مواقع تواصل..).
 - كفاءة العرض والإلقاء.
 - كفاءة الاقناع والتوجيه والقيادة.

معياري الموثوقية:

اولاً: الموثوقية لغتاً:

مفعول من وثق³¹.

توثيق توثيق [مفرد]:

1- مصدر وثق.

2- ترتيب واختصار وتدوين مادة مطبوعة كمرجع "مجلة التوثيق والمعلومات" | فنّ التوثيق: تسجيل المعلومات حسب طُرُق عِلْمِيَّة متَّفِق عليها³².

ثانيا: الموثوقية اصطلاحا:

الموثوقية هي الدرجة التي تعطي فيها أداة القياس نفس النتائج في كل مرة يتم استخدامها، على افتراض أن الشيء الأساسي الذي يتم قياسه لا يتغير، على سبيل المثال ، إذا ظلت درجة الحرارة في الغرفة كما هي ، سيعطي مقياس الحرارة الموثوق به نفس القراءة دائماً. مقياس الحرارة الذي يفتقر إلى الموثوقية سوف يتغير حتى عندما لا تكون درجة الحرارة.. لاحظ على أي حال أن مقياس الحرارة لا يجب أن يكون دقيقاً حتى يكون موثوقاً به³³.

ثالثا: شروط الموثوقية في العلاقات العامة:

نجاح الموثوقية في العلاقات العامة يرتبط بعدة عناصر نذكر منها:

▪ موثوقية الفاعلين:

في الحقيقة يشير مفهوم موثوقية الفاعلين الاتصالي أو القائمين بالاتصال الى موثوقية رجال العلاقات العامة أو الادارة عموما، فهي موثوقة في أدائها ومن عدة جوانب، نذكر منها:

✓ الموثوقية في الفاعل الاتصالي فيما يتعلق بالجانب المعرفي النظامي:

❖ احترام النظم واللوائح والقوانين العامة والخاصة.

❖ احترام ثقافة المؤسسة.

❖ احترام الوقت.

❖ الاعتراف بالخطأ (التنظيمي والقانوني).

❖ كتم الأسرار وإخفاء الهويات.

✓ الموثوقية في الفاعل الاتصالي فيما يتعلق بالجانب المعرفي الأدائي:

❖ استخدام الوسائل والوسائط.

❖ استغلال الوقت.

❖ تفويض السلطة.

❖ تكوين فرق الأزمات.

❖ رصد الاحداث وتتبعها.

❖ التخطيط وبناء الاستراتيجيات.

❖ التفاعل والتعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي.

▪ موثوقية المعلومات:

موثوقية المعلومات تشمل جميع عناصر العلاقات العامة، فهي تشمل:

البحث + التخطيط + الاتصال + التقييم

ولذلك يبذل خبراء التعامل مع المعلومات كل ما في وسعهم، بما فيهم صنّاع محتوى و مترجمين ومحررين وغيرهم، للتأكد من موثوقية المعلومات ومصداقية مصادرها. ويتجهون بدايةً إلى المواقع الالكترونية الرسمية المعنية بالمعلومات؛ وإن لم تحقق لهم ما يحتاجونه، نراهم يبحثون في الصحف ووكالات الأنباء المعتمدة ضمن الدولة المرتبطة بهذه المعلومات، ويقارنون ويقاطعون بينها، كما يعمد المختصون بالمحتوى القانوني في دبي مثلاً إلى الاطلاع على دستور الدولة وقوانين الإمارة ولوائحها توحياً لأعلى درجات الدقة، ونظراً لذلك تعتبر دقة المعلومات وموثوقيتها من أهم عوامل نجاح شركات الترجمة وصناعة المحتوى وتمييزها في جميع أنحاء العالم³⁴.

وموثوقية المعلومات نوعا وكما مرتبط بنوع برامج العلاقات العامة لأنه وكما هو معروف لكل نوع متطلباته:

✓ البرامج البسيطة المحدودة التأثير:

وهي برامج تهدف إلى تحقيق قدر محدود من الانجاز أو إقامة علاقات معينة أو المحافظة عليها، ومثال هذه البرامج برنامج الاحتفالات والمناسبات، زيارة وفد زائر لمواقع المنظمة، تتميز هذه البرامج بقلّة التكلفة وتوجيهها لجمهور معين لتحقيق غرض معين، ولا يتطلب إعدادها سوى أخصائي واحد³⁵.

✓ البرامج الكبيرة والواسعة التأثير:

وتحتاج هذه البرامج إلى إمكانات كبيرة تتفق مع المواقف المعينة والمتطلبات التي تستدعي إقامة مثل هذه البرامج، والبرامج الكبيرة هي البرامج التي يشترك في إعدادها مجموعة من المتخصصين في العلاقات العامة من ذوي الخبرة تحتاج إلى جهود كبيرة ودراسات مختلفة ومتعمقة للجمهور والرأي العام والوسائل الإعلامية الأكثر فعالية، لتحقيق الهدف الكبير المنشود من وراء إعداد البرنامج³⁶.

■ موثوقية النتائج:

وتتعلق موثوقية النتائج بنشاط العلاقات العامة من ناحية عدة معطيات منها:

✓ الموضوع في صلب البرنامج، وهو ما يعني صياغة البرنامج بطريقة واضحة تبرز الصورة السليمة التي تؤثر في نفسية الجماهير.

✓ يلزم أن يتضمن البرنامج ما يفيد الجمهور ويمس مصلحته بصورة مباشرة ومحددة.

✓ يجب استخدام الألفاظ واللهجات الخاصة بالأفراد الذين سيوجه إليهم البرنامج، فهذا من شأنه يؤدي إلى إحداث التأثير المطلوب.

✓ يلزم أن يكون البرنامج مرناً ومبنياً على دراسة وعلم ودراية وخبرة سابقة مع الجمهور الموجه إليه.

✓ على البرنامج وفقاً للمواقف البرنامج، وتعني المرونة أن يكون من الممكن إدخال التعديلات اللازمة على البرنامج وفقاً للمواقف والظروف المختلفة ومجاورة لها.

✓ يجب أن يقوم البرنامج على خطوات متدرجة تبدأ بإشعار المواطن بوجود مشكلة تخصه، ثم إفهامه بأن الهدف الأول والأخير للبرنامج هو حل يؤدي هذه المشكلة، فهذا إلى قبول البرنامج وتحقيقه لأهدافه المرغوبة³⁷.

وما سبق ذكره رهين مهارات وجب على رجل العلاقات العامة إتقانها:

✓ مهارات المتابعة والتقييم:

تبدأ مرحلة المتابعة عند وضع الخطة موضع التطبيق، أي من البداية وتستمر حتى النهاية، أما التقييم فيهدف إلى قياس مدى فعالية كافة مراحل البرنامج والتأكد من أن التنفيذ قد جاء مطابقاً للخطط الموضوعة من قبل، وتعتبر هذه المرحلة بمثابة تغذية عكسية يتم الاستفادة منها في البرامج القادمة³⁸.

✓ مهارات التوثيق:

حيث سيساعد ذلك في تدعيم بنك المعلومات للرجوع إليها عند الحاجة وهنا نسأل: كيف نوثق هذا النشاط ليسهل الرجوع إليه عند الحاجة؟³⁹.

خامساً: أين الموثوقية من مهارة الاتصال:

تتعلق موثوقية مهارة الاتصال بالبرامج الثلاث لنشاط العلاقات العامة:

▪ البرامج الإعلامية الوقائية:

وهذا النوع من البرامج يمكن تسميته بالاستراتيجية الأولى للعلاقات العامة، وتشكل هذه البرامج حاجزاً قوياً أمام البرامج الهجومية فلا تنفذ إلى جماهير العلاقات العامة، وتتلاشى الحاجة إلى البرامج الدفاعية أمام النجاح الذي تحققه البرامج الوقائية⁴⁰.

▪ البرامج الإعلامية الهجومية:

وتستعمل هذه البرامج بهدف منع وقوع ضرر معين أو محاولة التقليل من بعض الأخطار قبل حدوثها، فعندما تتوقع إحدى المنظمات خطراً ما من أحد أعدائها أو الذين يريدون استغلال موقف معين لتحويله إلى صالحهم على حساب مصالح المنظمة، هنا تقوم إدارة العلاقات العامة بإعداد برنامج إعلامي هجومي قبل أن يبدأ الهجوم المتوقع⁴¹.

▪ البرامج الإعلامية الدفاعية:

وتحتاج هذه البرامج من أخصائي العلاقات العامة الحيطة والحرص والحذر في المادة المستخدمة في الدفاع، لأنها عادة ما تكون في مواجهة حملة هجومية من مصدر من المصادر المضادة، ويلزم أن تشمل هذه البرامج محاولة إزالة الآثار التي خلفتها الشائعات أو الدعاية الكاذبة بالاعتماد على كشف الأكاذيب وعرض الحقائق

بدون تعديل أو تزوير، حتى ولو كانت بغرض كسب الآراء المؤيدة ذلك ومستندا ومدعماً بالحجج والأدلة الدامغة⁴².

مراجع المحاضرة:

- ¹- موقع study fans : لماذا تدرس العلاقات العامة؟، 2023/01/22، الساعة: 16.55 مساء.
<https://studfans.com/blogs/684>
- ²- إبراهيم مصطفى وآخرون: المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الإدارة العامة للمُعجمات وإحياء التراث، الجزء الأول والثاني، ط 2، ص 745.
- ³- المعجم الوجيز: وزارة التربية والتعليم، القاهرة، 2000، ص 77.
- ⁴- هشام سيد مجد: الفرق بين الفاعلية والكفاءة، موقع المجتمع الاحترافي، 2023/01/22، الساعة: 17.12 مساء.
<https://ae.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%81%D8%A7%D8%A1%D8%A9-hesham-sayed-mba->
- ⁵- جوناثان ري/وج.أو. أرمسون: الموسوعة الفلسفية المختصرة، ت: فؤاد كامل وآخرون، مكتبة النهضة، بغداد، 1983، ص 486.
- ⁶- فراس طالب حمادي ووظافر ناموس خلف: الفاعلية الذاتية وعلاقتها بدافعية الانجاز والسلوك التنافسي لدى لاعبي المبارزة، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 07، جامعة بابل، أيار 2012، ص 378.
- ⁷- الدين اسماعيل ورميلة لعمور: دور عملية توليد المعرفة في تحقيق الفاعلية التنظيمية (دراسة حالة وحدة البحث التطبيقي في الطاقات المتجددة بغرداية)، مجلة إضافات اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، المجلد 06، العدد 01، مارس 2020، ص 375.
- ⁸- الدين اسماعيل ورميلة لعمور نقلا عن مؤيد سعيد السالم: دور عملية توليد المعرفة في تحقيق الفاعلية التنظيمية (دراسة حالة وحدة البحث التطبيقي في الطاقات المتجددة بغرداية)، مجلة إضافات اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، المجلد 06، العدد 01، مارس 2020، ص 375.
- ⁹- نجم العيساوي نقلا عن حسين سمير مجد: الواقع الاتصالي للدبلوماسية العامة من منظور العلاقات العامة، مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية، مخبر الاتصال والامن الغذائي، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 01، جوان 2022، ص 19.
- ¹⁰- نبيل الأمير التميمي: العلاقات العامة والإدارة الحديثة، موقع فنون العلاقات العامة، 2023/01/22، الساعة: 18.12 مساء.
http://3alagat.blogspot.com/2014/07/blog-post_21.html
- ¹¹- فتحي الزياد (بتصرف)، البنية العاملية للكفاءة الذاتية الأكاديمية ومحدداتها (مداخل ونماذج ونظريات)، سلسلة علم النفس المعرفي، ج2، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص 531/491.
- ¹²- معجم عربي عربي: تعريف و معنى فعالية في معجم المعاني الجامع، 2023/01/23، الساعة: 16.12 مساء.
<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9/>
- ¹³- برحومة عبد الحميد: الكفاءة والفاعلية في مجالات التصنيع والإنتاج، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة الواد، الجزائر، المجلد 2، العدد 2، 2008، ص 57/56.
- ¹⁴- سنوسي علي نقلا عن أمين فؤاد الضرغامي: تقييم مستوى الفاعلية التنظيمية للمستشفيات في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 7، جامعة المسيلة/الجزائر، 2009، ص 293.
- ¹⁵- ربيحي مصطفى عليان: أسس الإدارة المعاصرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007، ص 98.

¹⁶- أحمد زقاوة: تطوير فعالية المؤسسة التعليمية (مشروع المؤسسة نموذجاً) ، مجلة دراسات و الأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عين تموشنت/الجزائر، العدد 2، ديسمبر 2019، ص 161.

¹⁷- سوزان كورتس وآخرون: تعليم وتعلم مهارات الاتصال في الطب، ت: عبدالسلام صالح سلطان، وزارة الصحة العراقية، ط2، 2010، ص 22.

¹⁸- سليمان مجد الطماوي: مبادئ القانون الإداري، دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص 97.

¹⁹- إيمان بوعافية وعبد الله قلش نقلا عن عبد الحسين الفضل وحاكم محسن: الإبداع التكنولوجي كخيار لتحسين الكفاءة الإنتاجية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسة الخزف الصحي بسيدي عكاشة/الشلف)، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة الجلفة، المجلد 17، العدد 1، أبريل 2023، ص 918.

²⁰- تعريف و معنى كفاءة، معجم المعاني الجامع، معجم عربي عربي.

²¹- كشاط أنيس وبرباش توفيق نقلا عن Fleury: التحول من الكفاءة الفردية إلى الكفاءة الجماعية ضمن الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية، مجلة وحدة البحث في تنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 08، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 299.

²²- كشاط أنيس وبرباش توفيق نقلا عن Boyer: التحول من الكفاءة الفردية إلى الكفاءة الجماعية ضمن الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية، مجلة وحدة البحث في تنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 08، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 299.

²³- إيمان بوعافية وعبد الله قلش نقلا عن مجدي عبد الله شرارة: الإبداع التكنولوجي كخيار لتحسين الكفاءة الإنتاجية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسة الخزف الصحي بسيدي عكاشة/الشلف)، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة الجلفة، المجلد 17، العدد 1، أبريل 2023، ص 918.

²⁴- كشاط أنيس وبرباش توفيق نقلا عن Zarifiane: التحول من الكفاءة الفردية إلى الكفاءة الجماعية ضمن الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية، مجلة وحدة البحث في تنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 08، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 300.

²⁵- هشام سيد مجد: الفرق بين الفاعلية والكفاءة، موقع المجتمع الاحترافي، 2023/01/23، الساعة: 17.23 مساء.

<https://ae.linkedin.com/pulse/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%81%D8%A7%D8%A9-hesham-sayed-mba>

²⁶- كشاط أنيس وبرباش توفيق نقلا عن Thionville & Gilbert: التحول من الكفاءة الفردية إلى الكفاءة الجماعية ضمن الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية، مجلة وحدة البحث في تنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 08، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 305.

²⁷- كشاط أنيس وبرباش توفيق نقلا عن Guilhonnet et Tépo: التحول من الكفاءة الفردية إلى الكفاءة الجماعية ضمن الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية، مجلة وحدة البحث في تنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 08، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 307.

²⁸- كشاط أنيس وبرباش توفيق نقلا عن Michaux: التحول من الكفاءة الفردية إلى الكفاءة الجماعية ضمن الممارسات الحديثة لإدارة الموارد البشرية، مجلة وحدة البحث في تنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 08، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 307.

²⁹- إيمان بوعافية وعبد الله قلش نقلا عن عبد الحسين الفضل وحاكم محسن: الإبداع التكنولوجي كخيار لتحسين الكفاءة الإنتاجية للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسة الخزف الصحي بسيدي عكاشة/الشلف)، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة الجلفة، المجلد 17، العدد 1، أبريل 2023، ص 918.

³⁰- موقع مركز ألغوريتم: عناصر الكفاءة الاتصالية (مفهوم الكفاءة الاتصالية للشخص وخصائص هيكلها ومكوناتها الرئيسية، نهج متكامل لتكوين الكفاءة الاتصالية)، الساعة: 17.16 مساء.

<https://algoritm-centr.ru/ar/ancient-east/elementy-kommunikativnoi-kompetentnosti-ponyatie-kommunikativnoi-kompetentnosti-lichnosti-i-harakter.html>

³¹- معجم عربي عربي: تعريف و معنى فعالية في معجم المعاني الجامع، 2023/01/24، الساعة: 17.22 مساء.

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A9/>

³² - قاموس عربي عربي: معنى الموثوقية في معاجم اللغة العربية، 2023/01/24، الساعة: 17.37 مساءً.

<https://www.maajim.com/dictionary/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%AB%D9%88%D9%82%D9%8A%D8%A9/6/%D9%85%D8%B9%D8%AC%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%BA%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%A7%D8%B5%D8%B1%D8%A9>

³³ - اشلي كروسمان: الإجراءات الأربعة لتقييم الموثوقية، موقع eferrit على النت، 2023/01/24، الساعة: 17.23 مساءً.

<https://eferrit.com/%D9%85%D8%B9%D9%86%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%AB%D9%88%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9/>

³⁴ - حمزة فياض: كيفية التحقق من مصداقية المعلومات وموثوقية مصادرها، موقع بيت المحتوى على النت، 2023/01/24، الساعة: 17.52 مساءً.

<https://hoc.ae/index.php/ar/blog-ar/validating-information-source-credibilit>

³⁵ - حجاب محمد منير: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 261.

³⁶ - حجاب محمد منير: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 261، ص 262.

³⁷ - فريحة محمد كريم: العلاقات العامة والبعد الفكري التطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 69.

³⁸ - محمد فريد الصحن: العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، الدار الجامعية، مصر، 2004، ص 211.

³⁹ - موقع فنون العلاقات العامة: أساليب العلاقات العامة، 2023/01/24، الساعة: 18.41 مساءً.

http://3alagat.blogspot.com/2013/07/blog-post_6547.html

⁴⁰ - فريحة محمد كريم: العلاقات العامة والبعد الفكري التطبيقي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 6.

⁴¹ - حجاب محمد منير: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 264.

⁴² - حجاب محمد منير: العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 264.

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الثاني: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الثالثة: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (03)

الهدف من المحاضرة: رصد لكيفية قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الرابعة: قياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة (03):

- من خلال السير الذاتية.
- من خلال المعاينة.
- من خلال البيئة الثقافية.
- مراجع المحاضرة.

مهارة الاتصال في العلاقات العامة والسير الذاتية:

أولاً: تعريف السير الذاتية:

السير الذاتية هي عبارة عن مستند يُذكر فيه التاريخ الأكاديمي والعملي للشخص. وتُعتبر السيرة الذاتية بمثابة ملخص الخبرة الوظيفية والخلفية التعليمية التي يمتلكها الإنسان، تُستخدم السيرة الذاتية في التقديم للوظائف المختلفة أو للعمل في السلك الأكاديمي.

تحتوي السيرة الذاتية على عناصر رئيسية لا يجب الإغفال عنها عند كتابة السيرة الذاتية. فكما أثبتت الدراسات أن مسؤولي التوظيف يقضون حوالي ستة ثواني في قراءة السيرة الذاتية للشخص. نعم عزيزي، لقد قرأتها بطريقة صحيحة ستة ثواني فقط!..

لذا ما تكتبه في السيرة الذاتية يشكل عاملاً كبيراً لقبولك في الوظيفة، أما بخصوص ما تكتبه في السيرة الذاتية، فهذا يعتمد على الوظيفة نفسها والدور المطلوب منك، وذلك لأنه بإمكانك إغفال كتابة بعض العناصر التي لا تشكل أهمية للدور المطلوب منك¹.

ثانياً: كيف تكتب السيرة الذاتية؟:

كما ذكرنا بالأعلى أن مسؤولي التوظيف يقضون سنة ثواني فقط في تقييم السيرة الذاتية الماثلة أمامهم، لذا ستحتاج إلى معرفة العناصر التي تجعل من السيرة الذاتية خاصيتك مميزة.

✓ أولاً أكتب سيرتك الذاتية في صفحتين فقط A4، وكلما كان أقل كلما كان أفضل.

✓ اختر الألوان بدقة، فالانطباع الأول يدوم.

✓ استخدم أحد ألوان ميكروسوفت أوفيس المعروفة مثل Arial أو Calibri.

✓ اختر حجم الخط بين 10 و 12.

✓ تأكد من ترك مسافات بين العناصر.

✓ استخدم جزء الخاص بجعل الخط سميكاً Bold لكي تُظهر المعلومات المهمة.

✓ أخيراً قم بإرسال سيرتك الذاتية إلى بعض الأشخاص الثقات لمراجعته لك وتقييمه.

ثالثاً: إرسال السيرة الذاتية عبر البريد الإلكتروني:

عند إرسال السيرة الذاتية عبر البريد الإلكتروني، فالإلزاما عليك معرفة إتيكيت إرسال البريد وكتابته، يجب أن تحتوي رسالة البريد على:

✓ عنوان مناسب للإيميل.

- ✓ تحية الشخص تحية بطريقة لبقة.
- ✓ تعريف نفسك.
- ✓ ذكر سبب إرسالك لهذا الإيميل.
- ✓ كتابة نبذة صغيرة عنك وإبراز أهم المميزات التي تمتلكها. تذكر أيضًا كتابة (سبب اهتمامك بهذه الوظيفة، كيف تتطابق خبراتك مع هذه الوظيفة، لماذا تود العمل في هذه الشركة بالذات).
- ✓ وضح أن السيرة الذاتية مرفقة في البريد.
- ✓ اختتم الرسالة بعبارة شكر².

رابعاً: استكشاف مهارة الاتصال في العلاقات العامة من خلال السير الذاتية:

أ- كمرحلة أولى ان عملية قياس مهارة الاتصال مبدئياً تتم من خلال تحديد نوع السير الذاتية وذلك كما يلي:

■ نماذج السير الذاتية الاربع:

ووجب في هذا السياق كذلك معرفة أنواع السيرة الذاتية حيث يوجد هناك أربعة أنواع شائعة من السيرة الذاتية قام الخبراء بتصميمها بحيث تناسب معظم الوظائف المختلفة وهي كالتالي:

- ✓ السيرة الذاتية ذات التسلسل الزمني.
- ✓ السيرة الذاتية الوظيفية (وهي التي تقوم على المهارات).
- ✓ السيرة الذاتية الشاملة أو المختلطة.
- ✓ السيرة الذاتية الابداعية³.
- **السيرة الذاتية للمبتدئين:** يجب أن تتضمن السيرة الذاتية للمبتدئين ما يلي:
 - ✓ **المهارات:** التدريب والعمل التطوعي يظهران لأصحاب العمل أنك مناسب للوظيفة، ويمكن أن توفر لك الهواية خبرة قيمة، فعلى سبيل المثال، يمكن لبعض الأمهات في المنزل القول إنهن حققوا توازناً في ميزانية الأسرة.
 - ✓ **التعليم:** ارفق الفصول الدراسية التي حصلت عليها في المدرسة لتظهر أنه يمكنك القيام بالمهمة، ويمكنك أن تفعل الشيء نفسه مع الأوراق البحثية أو المشاريع، وأرفق الشهادات والدروس التعليمية عبر الإنترنت و ورش العمل التي حصلت عليها أيضاً. فعلى سبيل المثال، قد يؤدي أخذ دورة في التفكير النقدي إلى إخبار صاحب العمل بأن لديك المهارات اللازمة لحل المشكلات.
 - ✓ **الكلمات الرئيسية:** الكلمات الرئيسية هي الكلمات والعبارات الدلالية الأكثر استخداماً فتأكد من قراءة إعلان الوظيفة والتعرف على الكلمات الرئيسية، واستخدم تلك الكلمات الرئيسية حتى تناسب سيرتك الذاتية الوظيفة، وتذكر أن أصحاب العمل يستخدمون أنظمة الكمبيوتر للبحث في السير الذاتية.

■ **السيرة الذاتية الاحترافية:** السير الذاتية الاحترافية لذوي الخبرات المهنية، يجب أن تتضمن السيرة الذاتية للمحترفين ما يلي:

✓ **الخبرة:** اشرح كيف أدت مشروعاً أو زادت المبيعات أو نفذت التغييرات.
✓ **الإنجازات:** اذكر نجاحاتك وأظهر كيف يمكنك أن تكون مساهماً كبيراً في الشركة⁴.

ب- ووجب كمرحلة ثانية لعملية قياس مهارة الاتصال من خلال السيرة الذاتية التدقيق في أقسام السيرة الذاتية التي وجب أن تتضمن أغلبها على الأقسام التالية:

■ **المعلومات الشخصية:**

حيث جاء نموذج السيرة الذاتية مشتملاً على جميع المعلومات الشخصية المهمة المطلوبة في السيرة الذاتية، وهي: (الاسم، الجنسية، الرقم الوطني، الديانة، الحالة الاجتماعية، تاريخ الميلاد، الجنس).

■ **المؤهلات العلمية:**

بيانات المؤهلات العلمية التي يتم التركيز عليها في السيرة الذاتية، هي نفسها البيانات التي توجد في نموذج السيرة الذاتية، وهي: (المؤهل، والتخصص، ومكان صدوره، وتاريخ صدوره، والتقدير، والمعدل).

■ **الخبرات العملية:**

تعتبر الخبرات العملية من الأمور الأساسية التي لا يمكن لأي سيرة ذاتية الاستغناء عنها، وبيانات الخبرة العلية بحسب نموذج السيرة الذاتية، هي: (الوظيفة، والتخصص، والمكان، والفترة، والجهة المشرفة، وعدد سنوات العمل).

■ **الدورات:**

في نموذج السيرة الذاتية تم تخصيص خمس خانات لكتابة خمس دورات، ولكل خانة من هذه الخانات في نموذج السيرة الذاتية يتم كتابة اسم الدورة، وودتها، وتاريخ الحصول عليها، ومكانها، والجهة المشرفة.

■ **اللغات:**

ويتم في نموذج السيرة الذاتية كتابة اللغات المتقنة، ومستوى إتقانها.

■ **العناوين:**

وهذه الخانة في نموذج السيرة الذاتية خاصة بكتابة الدولة، والمحافظه، ورقم الهاتف، والبريد الإلكتروني⁵.

ت- وكمرحلة ثالثة لعملية قياس مهارة الاتصال تتم من خلال تحديد الأخطاء الشائعة في السير الذاتية وذلك كما يلي:

■ **الأخطاء الشائعة عند كتابة السيرة الذاتية CV:**

✓ تجنب المصطلحات العامية.

✓ تجنب الأخطاء الإملائية.

- ✓ عدم تقسيم البريد على أجزاء.
- ✓ تجنب الأخطاء اللغوية.
- ✓ أكتب اسمك الرسمي في عنوان البريد وتجنب الأسماء الغير رسمية التي يُناديك بها الأصدقاء والعائلة.
- ✓ تجنب التعقيد والغموض، اجعل كلامك واضحًا⁶.

خامسا: مما يجب معرفته عن مهارة الاتصال في العلاقات العامة والسير الذاتية:

- ✓ السير الذاتية تمدنا بمعلومات أولية فقط عن الفاعل الاتصالي.
- ✓ السير الذاتية وثيقة قابلة للتزوير أو المراوغة أو التضخيم وما شابه.
- ✓ وجب التركيز في السير الذاتية للفاعل الاتصالي على العناصر القابلة للاختبار والمرتبطة بمهارات الاتصال حصرا.
- ✓ السير الذاتية وثيقة قابلة للقياس والاختبار حيث يمكن اختبار الفاعل الاتصالي بدلالة سيرته الذاتية اثناء المقابلات.

مهارة الاتصال في العلاقات العامة والمعينة:

أ- كمرحلة أولى عملية قياس مهارة الاتصال مبدئيا تتم من خلال أسئلة موجهة للمتربص في المقابلة الوظيفية وملاحظة ردات فعله كذلك وذلك كما يلي:

أولا: تعريف المقابلة الوظيفية:

إن المقابلة الشخصية هي الخطوة الحيوية في سبيل ايجاد الوظيفة المثلى التي يطمح الشخص في الوصول إليها والتي يكرس الأفراد مهاراتهم ومؤهلاتهم وخططهم من أجل الوصول إليها، لذا فمما لا شك فيه أن المقابلة الشخصية تعد من أهم الخطوات الحاسمة للوصول إلى الهدف وعلى ذلك فمن الطبيعي أن يلزمها حالة من القلق والتوتر لكن العبرة بمن يتمكن من التخلص من هذه التوترات أو الحد من وطأتها فالبقاء للأكثر اتزاناً والأكثر استرخاءً⁷.

ثانيا: استنطاق مهارة الاتصال من خلال أسئلة المقابلة الوظيفية:

يوجد العديد من الأسئلة العامة المُعتاد توجيهها في المقابلات الوظيفية، وفيما يأتي أهمها:

- ✓ أسئلة مقابلة هدفها التعرف على شخصية المبحوث (التعريف بالنفس أو تسويق الذات).
- ✓ أسئلة مقابلة هدفها استكشاف الوضعية المعرفية القانونية للمبحوث (جديد قوانين العمل مثلا).
- ✓ أسئلة مقابلة هدفها استكشاف الوضعية المعرفية الوظيفية للمبحوث (خبرة، دورات، السبب الوظيفي للتقدم للوظيفة).

✓ أسئلة مقابلة هدفها استكشاف وضعية الحالة النفسية والسلوكية للمبحوث (ردات الفعل، المزاجية، لغة الجسد).

ثالثاً: استنطاق مهارة الاتصال من خلال الأسئلة وما جاورها في المقابلة الوظيفية:

يمكن قياس مهارة الاتصال من خلال الأسئلة وما جاورها كما يلي:

- ✓ ارتداء ملابس رسمية لتظهر بمظهر مهني أنيق.
- ✓ التحضير للأسئلة الأكثر شيوعاً في المقابلات الشخصية.
- ✓ البحث الجيد عن الشركة، وجمع أكثر معلومات ممكنة عنها.
- ✓ فهم تفاصيل الوظيفة وجميع المهام المطلوبة فيها جيداً.
- ✓ اظهار الاحترام لمن يقومون بمقابلتك.
- ✓ الحضور للمقابلة في الموعد المحدد.
- ✓ إضمار سير ذاتية إضافية.
- ✓ الإجابة عن الأسئلة المطروحة بثقة وتقديم تفاصيل واضحة وصحيحة⁸.

رابعاً: استنطاق مهارة الاتصال من خلال لغة الجسد في المقابلة الوظيفية:

وهنا وجب القول ان عملية قياس مهارة الاتصال تتم من خلال ملاحظة لغة الجسد المرتبطة بالمقابلة الوظيفية للمترقب وذلك كما يلي:

- ✓ لغة الجسد الطبيعية والمعقولة والتي توحى بالرزانة والحيوية.
- ✓ نبرة الصوت المثالية والتواصل البصري الذكي والابتسامة الحقيقية.
- ✓ ردات الفعل الذكية والمقبولة.
- ✓ تجنب أي سلوك يدل على التشتت أو عدم الانتباه كاللعب بالهاتف حتى ولو كنت في غرفة الانتظار.

وهنا ذكر المهندس وخبير التنمية الإدارية عناصر مهمة لمقابلة ناجحة:

- ✓ أجعل الحديث بقدر مناسب من الثقة بالنفس ولكن حذار أن يصل هذا القدر إلى مستوي الغرور.
- ✓ ينبغي عليك التحكم في ثبات حديثك، وردود أفعالك أمام الأسئلة المختلفة.
- ✓ من المؤكد أن الوقت المسموح لك محدد مسبقاً ومحاولاتك اصطناع المرح أو الدخول في أحاديث فرعية قد تقابل باستياء فكن جاداً ومحدد الأفكار واختصر دون إخلال.
- ✓ في حالة كان لديك عدة مقابلات في نفس اليوم فيجب الاسترخاء بين كل مقابلة والأخرى وأن تظهر بنفس القدر من الثبات والثقة والصراحة أمام الممتحنين المختلفين لأنه سيتم تقييمك من قبلهم جميعاً⁹.

خامسا: استنطاق مهارة الاتصال من خلال أنواع المقابلات الوظيفية:

يجب ان نعلم ان عملية استنطاق مهارة الاتصال ينجح من خلال معرفة أنواع المقابلات الوظيفية فهناك أكثر من نوع للمقابلات الشخصية التي تعتمد عليها الشركات حسب الهدف الذي تريده من المقابلة، وفيما يلي نذكر أبرز أنواع المقابلات الشخصية في الشركات:

■ المقابلة الفردية:

هي أشهر أنواع المقابلات الشخصية في الشركات حيث تعتمد على أن تتم المقابلة بين الشخص المتقدم للوظيفة وصاحب العمل بشكل مباشر أو مسؤول الموارد البشرية، ويكمن الهدف الأساسي من تلك المقابلة استعراض مهارات وإمكانيات المتقدم إلى الوظيفة والتعرف على مدى قدرته لتولي هذه الوظيفة.

■ مقابلة العمل الجماعية:

وينقسم هذا النوع من المقابلات إلى قسمين: أما أن تكون مقابلة بين مجموعة من المتقدمين للوظيفة مع مسؤول واحد من الشركة أو تكون مقابلة بين متقدم واحد للوظيفة مع مجموعة من المسؤولين بالمؤسسة أو الشركة.

في حالة كان النوع الأول فإن الهدف هنا يكون مقارنة مجموعة من المتقدمين للوظيفة مع بعضهم البعض واختيار الأفضل من بينهم ومن ثم التصفية للوصول إلى الأفضل، ويتم ذلك في حالة كان عدد الأشخاص المقبولين كبيرًا بشكل يسمح باختيار أكثر من شخص للوظيفة من كل مجموعة.

أما إذا كان النوع الثاني فإن الهدف هنا يكون تقييم الشخص المتقدم للوظيفة من أكثر من جانب للحكم على مدى كفاءته، وغالبًا ما يتم اعتماد هذا النوع من المقابلات في التوظيف للمناصب المهمة في الشركة أو المؤسسة.

■ المقابلة عبر الهاتف:

يمكن أن يتم اعتبار هذه المقابلة على أنها مبدئية يترتب عليها تأهل الشخص لعقد مقابلة شخصية من عدمه، وتعتمد هذه المقابلات على السرعة حيث يكون أمامك بضع دقائق تثبت فيها أحقيتك بأخذ فرصة أكبر في إثبات قدراتك، فيجب عليك أن تكون محددًا وواضحًا بأكبر درجة ممكنة.

■ المقابلة عن بعد:

ازدادت في الآونة الأخيرة فرص العمل عن بُعد وخاصة بعد انتشار فيروس كورونا المستجد «كوفيد 19»، بالإضافة إلى سعي الشركات للاستفادة من خبرات ومهارات الأشخاص من مختلف أنحاء العالم، كل هذا ساهم في زيادة الاتجاه نحو عقد مقابلات عمل عن بعد من خلال تطبيقات المراسلة بالفيديو المشهورة¹⁰.

ب- كمرحلة ثانية عملية قياس مهارة الاتصال تتم من خلال فترات التربص في مجال الوظيفة وذلك كما يلي:

أولاً: تعريف التربص في مجال الوظيفة:

التربص في مجال الوظيفة هي فترة تجريبية أو فترة تمرين أو فترة تكوين تحضيرية إلزامية كأصل عام لأي شخص حديث التوظيف قبل اكتسابه لصفة الموظف، تبدأ هذه الفترة من تاريخ التنصيب في الرتبة والمنصب المطلوب شغلها وتدوم مدة زمنية محددة وفق ما ينص عليه القانون¹¹.

ويعتبر المتربص أحد وسائل الإدارة في ممارسة مهامها من خلال عمليات التوظيف التي تشرف عليها الإدارات العمومية بغية سد حاجياتها للتوظيف¹². كما ويعتبر العون المتربص في وضعية قانونية وتنظيمية اتجاه الإدارة التي يمارس فيها مهامه، ومرد ذلك إلى سببين أساسيين:

- ✓ بشغله لوظيفة دائمة وليست عارضة أو مؤقتة..
- ✓ بينما يتعلق الثاني بكون دخوله إلى الوظيفة العمومية يتم بمقتضى تصرف قانوني انفرادي يصدر عن الإدارة هو قرار التعيين¹³.
- ويقصد بالقرارات الإدارية الفردية هي التي تخاطب فرداً أو أفراداً معينين بذواتهم¹⁴.

ثانياً: القانون الاساسي العام للوظيفة العمومية للتربص:

- **المادة 83:** يعين كل مترشح تمّ توظيفه في رتبة للوظيفة العمومية بصفة متربص.
- غير أنه يمكن أن تنص القوانين الأساسية الخاصة ونظراً للمؤهلات العالية المطلوبة للالتحاق ببعض الرتب على الترسيم المباشر في الرتبة.
- **المادة 84:** يجب على المتربص، حسب طبيعة المهام المنوطة برتبته، قضاء فترة تربص مدتها سنة، ويمكن بالنسبة لبعض الأسلاك أن تتضمن تكويناً تحضيرياً لشغل وظيفته.
- **المادة 85:** بعد انتهاء مدة التربص المنصوص عليها في المادة 84 أعلاه يتم:
 - ✓ إما ترسيم المتربص في رتبته.
 - ✓ وإما إخضاع المتربص لفترة تربص آخر لنفس المدة ولمرة واحدة فقط.
 - ✓ وإما تسريح المتربص دون إشعار مسبق أو تعويض¹⁵.

ثالثاً: فترة التربص:

يخضع المتربص إلى قضاء فترة تربص لمدة سنة واحدة إما تجدد له الفترة لمدة سنة واحدة فقط أو يسرح بسبب فترة تربص غير مقنعة أو ترسيمه، ويجب على المتربص حسب طبيعة المهام المنوطة برتبته، قضاء فترة تربص مدتها سنة ويمكن بالنسبة لبعض الأسلاك أن تتضمن تكويناً تحضيرياً لشغل وظيفته¹⁶.

رابعاً: استنطاق مهارة الاتصال من خلال فترة التربص:

▪ ملاحظة مدى مهارة الاتصال من خلال واجب احترام الرؤساء والمرؤوسين والزملاء:

وهو ما أوجبه المادة 52 من الأمر المذكور أعلاه بأن يتعامل المتربص بأدب واحترام مع جميع الأعوان العموميين المتواجدين في الإدارة، مهما كانت صفاتهم ورتبهم وموقعهم في التسلسل الإداري، سواء كانوا رؤساء أو مرؤوسين أو زملاء¹⁷.

▪ ملاحظة مدى مهارة الاتصال من خلال واجب احترام الجمهور:

التعامل بأدب واحترام لا يقتصر فقط بالنسبة للعنصر البشري للمؤسسة المستخدمة، بل ويشمل الجمهور المتعاملين مع الإدارة أو المؤسسة العمومية، إذ يتعين على المتربص التعامل بأدب واحترام مع الجمهور، وألا يسيء أو يتماطل في أداء الخدمة لأي كان ومهما كان، لأن الإدارة أو المؤسسة كمرفق عمومي وجدت لخدمة الجمهور، بالإضافة إلى ذلك لا يجوز للمتربص أن يشترط لأي كان من الجمهور المتعاملين مقابل تقديم خدمة له في إطار مهامه طلب اشتراط أو استلام هدايا أو أي امتيازات مهما كان نوعها، وهو ما أكدته المادتان 53 و54 من الأمر رقم 03-06¹⁸.

▪ ملاحظة مدى مهارة الاتصال من خلال فعالية المتربص وروح مبادرته:

إن المتربص حتى يثبت فاعليته لشغل منصب في وظيفة عمومية لا بد أن يقوم بتنفيذ مهامه الوظيفية في الوقت المناسب وبطريقة متقنة هذه الفعالية لها علاقة مباشرة بالتزاماته الوظيفية وروح المبادرة هي أن يكون المتربص متشوقاً لممارسة مهامه دون تردد ويتحمل مسؤولياته اتجاه المؤسسة المستخدمة، فمتى توافرت هاته الفعالية لدى المتربص وتحلى بروح المبادرة فإن ذلك مما لا شك فيه سيكون في صالح لاكتساب صفة الموظف¹⁹.

▪ ملاحظة مدى مهارة الاتصال من خلال الأداء:

الأداء نتاج السلوك، فالسلوك هو النشاط الذي يقوم به الأفراد، أما نتاجات السلوك فهي النتائج التي تمخضت عن ذلك السلوك، وهو يجعل البيئة أو المحصلة النهائية، مختلفة عما كانت عليه، قبل ذلك السلوك²⁰.

▪ ملاحظة مدى مهارة الاتصال من خلال التعامل مع التكنولوجيا:

تؤدي التكنولوجيا دوراً مهماً في إدارة المعرفة سواء توليد المعرفة واكتسابها أو نشرها أو الاحتفاظ بها، لا سيما التطبيقات التكنولوجية في مجال الحاسوب التبرز في أربعة تطبيقات مهمة هي:

- ✓ معالجة الوثائق.
- ✓ أنظمة دعم القرار.
- ✓ الأنظمة الخبيرة.
- ✓ الانترنت²¹.

خامسا: وعموما الصفات الاتصالية الأساسية للموظف المثالي:

▪ مُبدع:

الموظف المثالي مُبدع ويجتهد لتقديم كل جديد ومميز في عمله، ويقترح أفكارًا فريدة من شأنها تحسين جودة العمل. لا ينتظر الموظف الناجح تنفيذ الأوامر من رؤسائهم فقط، بل يبادر في تقديم أفكار وخطط مستقبلية لزيادة الإنتاجية، بالتالي تكون لدى الشركة ميزتها التنافسية في السوق ما يجعلها تُزهر أكثر.

▪ يتحلى بروح الفريق:

لا يُتقن الجميع مهارات العمل الجماعي، فهذا يتطلب امتلاك الشخص لمهارات التواصل اللفظي والكتابي الفعّال، والتعامل مع الآخرين بروح التعاون والتسامح. لكن ينجح الموظف المثالي في العمل الجماعي، ويسعى دومًا لتقديم الأفضل لتحقيق أهداف المشروع ما يُضفي حيوية وتفاعلاً في بيئة العمل، ويُحسّن العلاقة بين فريق العمل بذلك تُنجز المهام بوتيرةٍ أسرع وجودة أعلى.

يتطلب العمل عن بُعد جهداً أكبر بسبب عدم الاتصال المباشر من قبل صاحب العمل وموظفيه أيضاً، وذلك لفهم سياسة الشركة وطريقة التعامل الجيدة مع الفريق، لذا يجب أن تهتم باختيار موظفيك عن بُعد الذين يُبدون التعاون مع زملائهم والحرص على إنجاز المهام، وقدرتهم على العمل الجماعي عن بعد.

▪ إيجابي وقادر على اتخاذ القرارات:

غالبًا ما يتصرف الموظف المثالي بتفاؤل وإيجابية، وهو ما يُشجع باقي فريق العمل ويخلق روحًا إيجابية في العمل، فلا يحب أحد أن يعمل مع شخصٍ متشائم ومتذمر، ولا يحاول ابتكار حلول للصعوبات. يمتلك الموظف الناجح مهارات التفكير والتحليل النقدي الجيدة، فيُحلل المعطيات المطروحة، ويتوصل في النهاية إلى القرار المناسب للعمل، وهو أمر مهم لا سيّما مع وجود العديد من التحديات في العمل عن بعد²².

إضافة الى ملاحظة مدى لتحكم في المهارات الكلاسيكية في العلاقات العامة مثل:

✓ مهارة التكلم والتحدث والخطابة وتبسيط المعقد.

✓ مهارة الحوار والإقناع.

✓ مهارة الانصات.

✓ مهارة كتابة الخطابات.

✓ مهارة كتابة التقارير...الخ.

مهارة الاتصال في العلاقات العامة والبيئة الثقافية:

أولاً: العلاقات العامة والبيئة الثقافية الداخلية:

نعين مهارة الاتصال للفاعل الاتصالي في العلاقات العامة المرتبط بالبيئة الداخلية من خلال ادراكه لكل من:

■ حجم المنظمة:

إنه لمن المعروف لدينا جميعا أن المؤسسات تختلف في أحجامها، ونوع جمهورها، وهذان الأمران يؤثران في المكان الذي يجب أن توضع فيه دائرة العلاقات العامة حسب أهميتها بالنسبة لهذه المؤسسة ومدى تأثيرها فيها. فهناك مؤسسات فيها بضعة موظفين ومؤسسات فيها بضعة مئات أو بضعة آلاف من الموظفين والمستشارين والخبراء، فكلما نمت المؤسسة الإدارية في أجهزتها وزاد عدد موظفيها كلما أصبحت فرص تنمية العلاقات العامة فيها أفضل من السابق، وكذلك كلما اتسعت الخدمات التي تقدمها المؤسسة كلما احتاجت إلى المزيد من المال والموظفين، وكلما زاد دور العلاقات العامة وفاعليتها.

■ طبيعة المنظمة:

إن نشاط العلاقات العامة في أي مؤسسة يرتبط ارتباطا وثيقا بمنتجات هذه المؤسسة ونوعية جمهورها الذي يطلب هذه المنتجات. فمثلا إذا كان جمهور المؤسسة هو عامة الناس يكون دور العلاقات العامة أكبر وبالتالي تأخذ حيزا أكبر ومجالا أوسع في المؤسسة، ولكن إذا كان جمهور المؤسسة مجموعة من المصنعين وعدددهم قليل يطلبون منها منتج معين، فإن دور العلاقات العامة يكون أقل وتشغل حيز أصغر في هذه المؤسسة وبعده قليل من الموظفين²³.

■ الفلسفة الإدارية السائدة في المنظمة (تقبل وجود ودور العلاقات العامة، ترفضها، تقبلها في اطر معينة.. الخ):

لا بد أن تكون إدارة العلاقات العامة على اتصال دائم ووثيق مع الإدارة العليا للمنظمة، حيث إنها تنطلق من الفلسفة الإدارية للمنظمة وترجع إليها هذه الفلسفة التي يسميها الخبراء بثقافة المنظمة أو المؤسسة وهنا يقول غزال حياة ثقافة المؤسسة التي تشمل مجمل القيم والمعتقدات والعادات وأساليب التفكير التي تحاول المؤسسة من خلالها تطوير السلوكيات²⁴.

ويسميه خبراء آخرون بالمناخ التنظيمي للمؤسسة حيث المناخ التنظيمي متعلق بخصائص المنظمة ذاتها وبناء عليه يعرف طارق الخير المناخ التنظيمي على أنه تلك الخصائص المتعلقة ببيئة العمل الداخلية، وبما يسودها من عاقلات انسانية والتزام تنظيمي واتصال داخل النسق وما يؤثر على قيم واتجاهات العاملين²⁵. وطبعاً سيكون هنا مقام كبير ودور ذا قيمة للمناخ التنظيمي حيث يرى سيفي يوسف أن للمناخ التنظيمي دور في فهم وتفسير السلوك والممارسات والمبادرات وردود الأفعال التي تصدر من العاملين، من خلال فهم طبيعة الدوافع والادراك والقيم التي تحكم السلوك²⁶.

■ توفر المقدرات اللوجستية لجهاز او رجال العلاقات العامة:

على سبيل المثال لا الحصر إن قوة المركز المالي لأي مؤسسة يحدد مكان وشكل العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي، فمثلاً... إن مؤسسة تعاني من أزمة مالية لا

تستطيع إقامة برامج علاقات عامة كبيرة ومزدهرة، لأن البرامج الطموحة تحتاج إلى نفقات كبيرة، والمؤسسة الغنية هي التي تستطيع أن تقيم علاقات غنية وواسعة²⁷.

■ الهيكل التنظيمي لإدارة المنظمة عموماً وإدارة العلاقات العامة تحديداً:

إن إدارة العلاقات العامة وكما يتضح من تسميتها، لا تختص فقط بالعلاقات بين المنظمة والجمهير الخارجية فقط، وإنما تهتم أيضاً بالعلاقات الداخلية التي هي أساس نجاح المؤسسة بين العاملين، وهنا يبرز دور الهيكل التنظيمي حيث يعرفن طه بأنه اطار يتم من خلاله التعرف على علاقات التبعية بين الأفراد داخل بيئة العمل، ونطاق الاشراف المطبق داخله، وأسس تجميع هؤلاء الأفراد والأنشطة في أقسام العمل²⁸.

هيكل التنظيم هو جسده، حيث يصف هذا الجسد القواعد والعلاقات الرسمية للأفراد والجماعات داخل التنظيم، ويشمل الجماعات والوحدات والأنظمة الفرعية مثل الأقسام والادارات، والهيكل التنظيمي هو محاولة ترتيب هذه القواعد والعلاقات لكي يوجه العمل اتجاه تحقيق الأهداف واستمرار النظام²⁹.

ثانياً: العلاقات العامة والبيئة الثقافية الخارجية:

نعين مهارة الاتصال للفاعل الاتصالي في العلاقات العامة المرتبط بالبيئة الخارجية من خلال ادراكه لكل من:

■ البيئة الاجتماعية:

تعدّ المؤسسات على اختلاف أهدافها في الفكر الاقتصادي المعاصر، منظمات اجتماعية تسعى إلى تحقيق هدف اجتماعي، بالإضافة إلى أهدافها الأساسية، ومن ثم فإن أي مؤسسة لا تنسق أهدافها وسياسة عملها مع الظروف المحيطة بها وتصبح في حالة انعدام توازن، وإن هذه العوامل الاجتماعية هي العوامل المؤثرة ومحددة لطبيعة عمل إدارة العلاقات العامة، ولا يمكن بأي حال أن تنعزل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة عن مجتمعتها.

■ العوامل السياسية والتشريعية:

حيث تتأثر الإدارة بالقوانين والأنظمة التي تبثها الدولة وتمس كيان المؤسسة، من حيث التعيينات ونظام التعامل وأسلوب تسويق الخدمات أو المنتجات، وما يؤثر على المؤسسة بصفة عامة يؤثر على الإدارة كنظام فرعي بصفة خاصة.

■ العوامل الثقافية والقيمية:

للعوامل الثقافية والقيمية دور هام في تفسير الاتجاهات ونشر المبادئ والتوجيهات ذات البعد الاجتماعي الثقافي، فلا بُد أن يتم في إطار أخلاقيات الجماعة والمعايير الخلقية والقيم الثقافية والدينية التي يلتزم بها المجتمع.

▪ الإيديولوجيا الاجتماعية العليا:

وتشمل مجموعة من المبادئ والأهداف العليا، والضوابط الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، ومن ثم فإن إدارة العلاقات العامة الرشيدة الفعالة هي التي تكون على معرفة بطبيعة العوامل، والمتغيرات الاجتماعية والبيئية المحيطة على أساس أن المؤسسة تمثل نظاماً مفتوحاً في علاقة ديناميكية مستمرة مع البيئة المحيطة، وهذا كي تتسم إدارة العلاقات العامة في أعمالها وأنشطتها بالفعالية والنشاط، فلا بُدَّ أن تشارك مشاركة فعلية وحقيقية في حل ومواجهة مشكلات المؤسسة، وأن تكون الإدارة مُطلعة على حقيقة الموقف الراهن للمؤسسة³⁰.

ما سبق ذكره في ما يتعلق بقياس مهارة الاتصال في العلاقات العامة مختصر في الدول التالية:

كيفية القياس		
معيارية القياس	رجع الصدى للقائم بالعلاقات العامة أو عند الجمهور	المسار التعريفي للقائم بالعلاقات العامة او السيرة الذاتية
قانون المعيار (ما يحد به عرفاً أو علماً)	حالة الاتجاه أي منسوب التأثر حالة الاندماج حالة التقمص	الرغبة السلوك الهندام القيم التكيف...
الملاحظة المقابلة تحليل المحتوى السوسيومتريات سبر الآراء....		صورة ذهنية أولية عن: النمط القيادي والإداري واستنطاق مسار الخبرة

من انجاز الباحث

كيفية القياس		
من خلال البيئة	من خلال المعاينة	من خلال المسار التعريفي للقائم بالعلاقات العامة
البيئة الثقافية معيار من خلاله نحدد صحة وقوة المهارة	المقابلات الأولية	ويقصد به السيرة الذاتية للمبحوث أو لرجل العلاقات العامة بمعنى

ثقافة المؤسسة مثلا	فترات التربص	تكوين صورة ذهنية أولية عن: النمط القيادي والإداري واستنطاق مسار الخبرة
--------------------	--------------	---

من انجاز الباحث

عملية قياس المهارة الاتصالية في العلاقات العامة:					
المهارة:	نوعها:	أدوات القياس:	معايرة د.مجد الجوادي:		
لفظي	التكلم	الحوار.. النقاش..	الفاعلية الفعالية الكفاءة الموثوقية	الملاحظة المقابلة	
					الانصات
					التعاطف..
غير لفظي	التواصل البصري	تعبيرية الوجه.. الجسد	الفاعلية الفعالية الكفاءة الموثوقية	الملاحظة المقابلة	
					التواصل البصري
					التعامل مع الكاميرا
التعامل مع الكاميرا التعامل مع البريد الالكتروني الكتابة والاتصال التحريري استعمال مواقع التواصل الحملات الإعلامية والإعلانية التقديم والعرض السمعي بصري	سوبرناطيقية	تحليل المحتوى والمضمون السوسيومتريات	الفاعلية الفعالية الكفاءة الموثوقية	الملاحظة المقابلة	
					التقديم والعرض
					السمعي بصري
					الحملات الإعلامية والإعلانية
					استعمال مواقع التواصل

من انجاز الباحث

الكفاءة مرتبطة باستنطاق مسار الخبرة

من انجاز الباحث

¹ - مجد أيمن: ما معنى السيرة الذاتية، مدونة إدراك على النت، 2023/01/24، الساعة: 20.41 ليلا.
<https://blog.edraak.org/%D9%85%D8%A7-%D9%85%D8%B9%D9%86%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9%D8%9F/>

² - مجد أيمن: ما معنى السيرة الذاتية، مدونة إدراك على النت، 2023/01/24، الساعة: 20.41 ليلا.
<https://blog.edraak.org/%D9%85%D8%A7-%D9%85%D8%B9%D9%86%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9%D8%9F/>

³ - موقع CV In Arabic: أنواع السيرة الذاتية الأربعة وكيفية الاختيار بينها، 2023/01/24، الساعة: 21.16 ليلا.

<https://cv-in-arabic.com/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%A8%D8%B9%D8%A9-%D9%88%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%A7/>

⁴ - موقع USAHello: 10 نصائح لكتابة سيرة ذاتية تساعدك في الحصول على وظيفة في الولايات المتحدة، 2023/01/24، الساعة: 21.31 ليلا.

<https://usahello.org/ar/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%AB%D9%88%D8%B1-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%B9%D9%85%D9%84/%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9/#gref>

⁵ - المناورة للاستشارات: السيرة الذاتية تعريفها ومعلومات مفصلة حولها، 2023/01/24، الساعة: 20.59 ليلا.

<https://www.manaraa.com/post/5477/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%87%D8%A7-%D9%88%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D9%81%D8%B5%D9%84%D8%A9-%D8%AD%D9%88%D9%84%D9%87%D8%A7>

⁶ - مجد أيمن: ما معنى السيرة الذاتية، مدونة إدراك على النت، 2023/01/24، الساعة: 20.41 ليلا.
<https://blog.edraak.org/%D9%85%D8%A7-%D9%85%D8%B9%D9%86%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9%D8%9F/>

⁷ - سعيد الطوخي: فن إجراء المقابلة الشخصية والأخطاء شائعة فيها، مطبوعة رقمية، ص 04.
<https://elibrary.medi.u.edu.my/books/MEDIU1260.pdf>

⁸ - HC ARABIC EDITOR: أسئلة المقابلة الشخصية الأكثر شيوعاً وإجاباتها، موقع هوت كورسس الشرق الاوسط على النت، 2023/01/24، الساعة: 22.36 ليلا.

<https://www.hotcourses.ae/study-abroad-info/careers-prospects/top-10-interview-questions-and-answers/>

⁹ - سعيد الطوخي: فن إجراء المقابلة الشخصية والأخطاء شائعة فيها، مطبوعة رقمية، ص 08.
<https://elibrary.medi.u.edu.my/books/MEDIU1260.pdf>

¹⁰ - المركز التعليمي/ إدارة الموارد البشرية: ما هي المقابلات الشخصية وكيفية التحضير لها، 2023/01/24، الساعة: 22.44 ليلا.

<https://www.daftra.com/hub/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%A8%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A%D8%A9>

- 11- عمار بوضياف: الوظيفة العامة في التشريع الجزائري (دراسة في ظل الأمر 03/06 والقوانين الأساسية الخاصة مدعمة باجتهادات مجلس الدولة)، جسور للنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2015، ص 104.
- 12- زياد عادل: فعالية ضمانات المساءلة التأديبية للعون المتربص في الإدارات والمؤسسات العمومية، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 10، العدد 03، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية/الجزائر، 2019، ص 618.
- 13- شمس الدين بشير الشريف وسميحة لعقابي: النظام القانوني للعون المتربص في الوظيفة العمومية، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 04، جامعة زيان عاشور، الجلفة/الجزائر، ديسمبر 2019، ص 243.
- 14- سليمان الطماوي: النظرية العامة للقرارات الإدارية (دراسة مقارنة)، دار الفكر العربية، القاهرة/مصر، 2012، ص 466.
- 15- موقع لخصلي على النت: مرجع سبق ذكره.
- 16- الجريدة الرسمية: العدد 46، أمر رقم 03/06، مؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 هجري الموافق 15 يوليو 2006، القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية.
- 17- فايزة جروني ونجاة بوساحه: أثر علاقة المتربص بالوظيفة العامة في الجزائر، مجلة العلوم القانونية والسياسة، المجلد 07، العدد 02، جامعة الوادي/الجزائر، جوان 2021، ص 112.
- 18- سليمة مسراتي وجلول بن سديرة: المركز القانوني للمتربص في المؤسسات والإدارات العمومية (دراسة على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 17-322)، مجلة العلوم القانونية والسياسة، المجلد 09، العدد 03، كلية الحقوق، جامعة البلدة/الجزائر، ديسمبر 2018، ص 40.
- 19- نفس المرجع السابق، ص 46.
- 20- عبد الباروي ابراهيم درة: تكنولوجيا الاداء البشري في المنظمات (الاسس النظرية ودلالاتها في البيئة العربية المعاصرة)، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة/مصر، 2003 ن ص 15.
- 21- سمية بوران (بتصرف): إدارة المعرفة كمدخل للميزة التنافسية في المنظمات المعاصرة، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2016، ص 65/63.
- 22- شذا جبر: 10 من صفات الموظف المثالي ينبغي أن تبحث عنها، موقع بعيد على النت، 2023/01/26، الساعة: 20.44 ليلا.
- <https://blog.baaeed.com/ideal-employee-qualities/>
- 23- إسماعيل محمد عامر: العوامل المؤثرة في اختيار الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة، موقع المرجع الإلكتروني للمعلوماتية على النت، 2023/01/26، الساعة: 20.53 ليلا.
- <https://almerja.com/reading.php?idm=180549>
- 24- غزال حياة: إعادة تصميم الهيكل التنظيمي ومقاومته كالتغيير التنظيمي، الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص 15.
- 25- طارق الخير: مبادئ الادارة ووظائفها، منشورات جامعة دمشق، ط7، سورية، 2004، ص 17.
- 26- سيفي يوسف نقلا عن محمد اسماعيل: مبادئ الهيكل التنظيمي ودورها في خلق المناخ التنظيمي، مجلة التدوين (مخبر الأنساق، البنيات، النماذج والممارسات)، جامعة وهران 2، العدد 22، جانفي 2122، ص 355.
- 27- إسماعيل محمد عامر: العوامل المؤثرة في اختيار الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة، موقع المرجع الإلكتروني للمعلوماتية على النت، 2023/01/26، الساعة: 21.30 ليلا.
- <https://almerja.com/reading.php?idm=180549>
- 28- طارق طه: السلوك التنظيمي في بيئة العولمة والأترنت، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص 244.
- 29- سيفي يوسف نقلا عن محمد اسماعيل: مبادئ الهيكل التنظيمي ودورها في خلق المناخ التنظيمي، مجلة التدوين (مخبر الأنساق، البنيات، النماذج والممارسات)، جامعة وهران 2، العدد 22، جانفي 2122، ص 357.

30- سجي قمرهم قوقزه: ما هي العوامل الخارجية التي تتأثر بها العلاقات العامة؟، موقع أي عربي على النت،
2023/01/26، الساعة: 21.55 ليلا.

<https://e3arabi.com/media/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A7%D8%B1%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%8A-%D8%AA%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D8%B1-%D8%A8%D9%87%D8%A7-%D8%A7/>

السداسي الأول / صفة الوحدة: وحدة تعليم اساسي / الرصيد: 05 / المعامل: 02

هدف الوحدة: لا علاقات عامة بدون اتصال ولذلك وجب تفكيك بعض المفاهيم المتشابهة والمعقدة كالإنصات والاستماع وتدريب وتطوير مهارة الاتصال عموماً أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والاداء بسهولة..

المحور الثالث: تطبيق مهارة الاتصال في العلاقات العامة

المحاضرة الأولى: كيف أنجح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة

الهدف من المحاضرة: كيف أنجح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة

المحاضرة الرابعة: كيف أنجح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة:

- كيف أنجح في مهارة الاتصال على مستوى الاستراتيجية.
- كيف أنجح في مهارة الاتصال على المستوى الشخصي.
- مؤشرات عامة للنجاح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة.
- مؤشرات اتصالية للنجاح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة.
- مراجع المحاضرة.

كيف أنجح في مهارة الاتصال على مستوى الاستراتيجية:

- ✓ خطة مضبوطة برزنامة دقيقة.
- ✓ دراسة الجمهور.
- ✓ الشعور الموضوعي بالظاهرة محل الاشكال وفهمها.
- ✓ تقدير حجم الاحتياجات من المقدرات اللوجستية.
- ✓ انتقاء فاعلين ذوو كفاءة لمسار الخطة.
- ✓ تحضير البدائل.

كيف أنجح في مهارة الاتصال على المستوى الشخصي:

- ✓ تطوير سمة الإنصات.
- ✓ البراعة في عملية ارسال الرسائل.
- ✓ معرفة الجمهور واحترام ردة فعل المستقبل.
- ✓ توزيع المعلومات زمانيا بشكل صحيح.
- ✓ التركيز على توافقية موضوع الرسالة مع الوسيلة.
- ✓ توفير قناة اتصال متوافقة مع الموضوع.
- ✓ المبادرة .. الابداع .. الصبر..

مؤشرات عامة للنجاح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة:

- بناء الجمهور:
بمعنى أن تنظم أعمال إدارة العلاقات العامة وفقا للطبقات والشرائح المختلفة للجمهور، وطبقا للعلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي والمجتمع ككل .
- بناء العملية الإدارية:
حيث تتضمن العلاقات العامة، عمليات أساسية لبناء برامجها مثل: التخطيط والاتصال والتقييم وكذلك الأبحاث.
- بناء العملية الاتصالية:
حيث يقوم قسم العلاقات العامة بممارسة الأنشطة الاتصالية المختلفة وتوظيف التكنيكات الحديثة مثل الإنتاج المسموع والمرئي واصدار النشرات والدوريات بكافة الطرق والوسائل.
- الموقع التنظيمي:
حيث تعمل إدارة العلاقات العامة على خدمة الفروع الأخرى للمواقع الموجودة بالتنظيم.
- البناء النسقي التنظيمي الفرعي:
ويتم العمل على مستوى النسق التنظيمي الفرعي عندما تعين المؤسسة العاملين وتوزيعهم على التقسيمات الإدارية المختلفة داخل التنظيم ويمثل ممارس العلاقات

العامة سلطة تنفيذية للأنساق الفرعية المختلفة داخل التنظيم.

▪ النسق التنفيذي:

ويعمل وفقا لنموذج المؤسسة (الوكالة الصحفية) حيث يعمل البناء التنظيمي على الاستجابة لمتطلبات واحتياجات الجمهور¹.

مؤشرات اتصالية للنجاح في مهارة الاتصال كرجل علاقات عامة:

▪ محور الإعلام: ومداره التعريف بالمؤسسة من خلال:

- ✓ الشرح والتحليل والتفسير عبر وسائل الإعلام المختلفة وبلغة سهلة الفهم للجماهير.
 - ✓ إعداد وصياغة وتحرير البيانات والمعلومات وايقالها لوسائل الإعلام الأخرى.
 - ✓ إعداد وتحرير النشرات والبوسترات والبروشورات والكتيبات والمطبوعات والمطويات.
 - ✓ السعي لإحداث موقع الكتروني في المؤسسة واعداد مجلة متخصصة عن المؤسسة.
 - ✓ تخطيط وتنفيذ الملصقات والإعلانات.
 - ✓ تنظيم المؤتمرات والندوات واللقاءات والحفلات.
 - ✓ تنظيم الزيارات والرحلات والأيام المفتوحة والاستقبال والمعارف.
 - ✓ إعداد كافة المواد الإذاعية والتلفزيونية.
 - ✓ الإشراف على لوحة الإعلانات في المؤسسات.
 - ✓ رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات².
- وفي هذا السياق يؤكد الخبراء على أهمية أن يراعي المعلن في تخطيط الحملان الإعلانية في كافة الوسائل المستخدمة ويشير الخبراء إلى أربعة أنواع من التشابه:
- ✓ التشابه في الجانب المرئي: تكرار نفس الأشخاص المستخدمة في مختلف أنواع الحملة.
 - ✓ التشابه في المضمون اللفظي: استخدام نفس الكلمات والتعبيرات في الإعلانات المختلفة.
 - ✓ التشابه في الجانب السمعي: استخدام نفس المؤثرات الصوتية والموسيقى أو صوت معين بالتعريف بخصائص السلعة (ينطبق على الإعلانات المرئية)³.

▪ محور الاستعلام: ويشمل هذا المحور:

- ✓ إجراء البحوث والدراسات وجمع المعلومات عن جمهور المؤسسة أو الرأي العام للوصول إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها تجاه المؤسسة.
- ✓ تحليل اتجاهات الجمهور والرأي العام في المؤسسة ومتابعة هذه الاتجاهات لمعالجة الجوانب السلبية منها ودعم الإيجابية منها تجاه المؤسسة.

- ✓ التأكد من صحة المعلومات التي تنقل للجمهور والعمل على تصحيحها وتدارك الموقف في حال كون هذه المعلومات غير صحيحة.
- ✓ متابعة شكاوى الجماهير والتعرف على أسبابها وتقديم الحلول لها.
- ✓ متابعة ما ينشر عن المؤسسة في وسائل الإعلام المختلفة والتصدي للرد على أي شائعات أو أخبار كاذبة أو معلومات غير صحيحة عن المؤسسة⁴.
- **محور التنسيق:** ويشتمل هذا المحور على ما يلي:
 - ✓ ربط خطة العلاقات العامة بالأنشطة الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمؤسسة.
 - ✓ ربط أنشطة العلاقات العامة بالأنشطة الأخرى بالمؤسسة والتنسيق فيما بينها بما يمنع التداخل والتعارض بينها، تقديم المشورة للإدارة العليا حول سياسة المؤسسة والمشاركة في اتخاذ القرارات التي تؤثر في جماهير المؤسسة.
 - ✓ تأمين الاتصالات بين الإدارات المختلفة في المؤسسة.
 - ✓ التنسيق بين الإدارات المختلفة في المؤسسة لتحقيق الانسجام فيما بينها وتحقيق الانسجام والتكليف فيما بينها وبين الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة⁵.

مراجع المحاضرة.

- ¹ - بسام عبد الرحمن جريدة: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص 73/72.
- ² - نفس الرجوع السابق، ص 217/216.
- ³ - عماد الدين تاج السر فقير عمر: إعداد وانتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، 2013، ص 97/96.
- ⁴ - فهمي محمد العدوي: مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص 75.
- ⁵ - نفس الرجوع السابق، ص 76.